



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

Report di Sostenibilità 2022

 **amplifon**



PDF INTERATTIVO

i

SOMMARIO CERCA STAMPA EMAIL INFO PDF

COSA PUOI TROVARE IN QUESTO PDF INTERATTIVO?

Nella parte bassa di ciascuna pagina di questo PDF, troverai alcune icone (come quelle riportate qui sopra), che ti permetteranno di navigare il PDF ed accedere in maniera rapida ad alcune funzionalità di Acrobat Reader.

CHE COSA SIGNIFICANO LE ICONE?

Premendo ciascuna icona, potrai:

Icona Sommario apre la pagina con il sommario dei contenuti del documento. Selezionando ciascun titolo, accederai direttamente alla sezione relativa.

Icona Cerca apre la funzionalità di ricerca di Acrobat in una finestra dedicata.

Icona Stampa apre la finestra di stampa.

Icona Email ti permette di condividere via mail questo documento PDF ad un amico o collega (nota che questa selezione aprirà il client di posta elettronica predefinito sul tuo computer).

i **Icona Informazioni** ti porta in qualsiasi momento a questa pagina d'istruzioni.

Icona Indietro selezionando questo tasto, potrai tornare alla pagina precedente del documento.

Icona Avanti selezionando questo tasto, potrai andare alla pagina successiva del documento.

WE SUPPORT



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

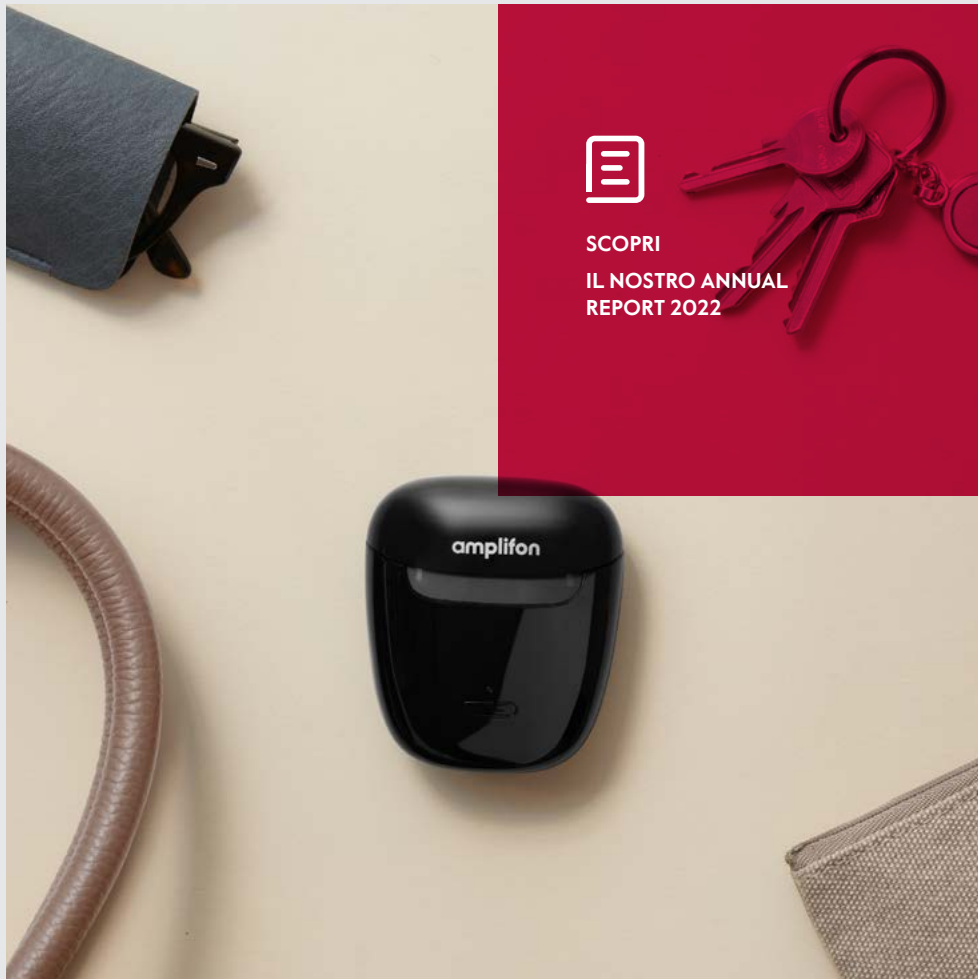
Report di Sostenibilità 2022

 **amplifon**

INDICE

REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2022

■	LETTERA AGLI STAKEHOLDER	p. 4
■	GUIDA ALLA LETTURA	p. 6
■	I NOSTRI STAKEHOLDER E LE NOSTRE PRIORITÀ	p. 8
■	HIGHLIGHTS 2022	p. 14
■	I AMPLIFON: LISTENING AHEAD	p. 16
1.1	IL SETTORE IN CUI OPERIAMO	18
1.2	LA NOSTRA IDENTITÀ E CORPORATE CULTURE	20
1.3	STRATEGIA E BUSINESS MODEL	24
1.4	UNA SOLIDA GOVERNANCE AZIENDALE	28
1.5	RESILIENZA E VALORE ECONOMICO GENERATO	34
1.6	IL NOSTRO IMPEGNO PER UN BUSINESS SOSTENIBILE	36



SCOPRI
IL NOSTRO ANNUAL
REPORT 2022



SCOPRI
LA NOSTRA RELAZIONE
SULLA REMUNERAZIONE
2023



SCOPRI
LA NOSTRA RELAZIONE
SUL GOVERNO SOCIETARIO
E GLI ASSETTI PROPRIETARI
2022

■ 2 PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP	p. 46
2.1 INNOVAZIONE E TECNOLOGIA PER UN'ESPERIENZA STRAORDINARIA	48
2.2 ACCESSIBILITÀ A PRODOTTI E SERVIZI	56
2.3 QUALITÀ E SICUREZZA PER I CLIENTI	58
2.4 PRIVACY DEI DATI E CYBERSECURITY	60
■ 3 PEOPLE EMPOWERMENT	p. 64
3.1 LE PERSONE ALLA BASE DEL NOSTRO SUCCESSO	66
3.2 ATTRAZIONE E CRESCITA DEI TALENTI	78
3.3 SVILUPPO DI CARRIERA E RICONOSCIMENTO	86
3.4 LA TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA	90
■ 4 COMMUNITY IMPACT	p. 92
4.1 IL NOSTRO CONTRIBUTO PER LE COMUNITÀ	94
4.2 PREVENZIONE E EDUCAZIONE AL BENESSERE Uditivo	96
4.3 IL RUOLO DELLE FONDAZIONI PER L'INCLUSIONE SOCIALE	98
4.4 IL CENTRO RICERCHE E STUDI AMPLIFON	108
■ 5 ETHICAL BEHAVIOR	p. 110
5.1 IL RISPETTO PER L'AMBIENTE	112
5.2 GESTIONE DEL PROCUREMENT E SUPPLY CHAIN	122
5.3 ETICA DI BUSINESS E LOTTA ALLA CORRUZIONE	126
5.4 IL PRESIDIO DEL CONTESTO NORMATIVO	134
■ APPENDICE	p. 138
LE POLICY DI AMPLIFON	140
UNIVERSO DEI TEMI DI SOSTENIBILITÀ DI AMPLIFON	142
PRINCIPALI ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER	144
PRINCIPALI RISCHI CONNESSI AI TEMI DI SOSTENIBILITÀ	146
INDICATORI DI PERFORMANCE	152
NOTA METODOLOGICA	174
INDICE DEI CONTENUTI GRI	182
INDICE DEI CONTENUTI DELLE RACCOMANDAZIONI DELLA TCFD	188
INDICE DEI CONTENUTI DEI PRINCIPI DEL UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT	190
RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE	191

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari Stakeholder,

siamo tutti consapevoli di quanto il 2022 sia stato un anno estremamente sfidante: dopo i cambiamenti radicali che l'emergenza sanitaria ha portato nella vita di tutti noi solo un paio di anni fa, abbiamo assistito all'aumento dell'instabilità geopolitica e dell'inflazione su scala globale.

Ciononostante, la nostra Azienda si è dimostrata resiliente e capace di proseguire il suo percorso di crescita sostenibile, affrontando le grandi sfide globali.

Abbiamo continuato a perseguire la nostra strategia di business e di sostenibilità raggiungendo ottimi risultati, sia rispetto agli obiettivi del nostro Piano di Sostenibilità "Listening Ahead", sia rispetto alle nuove iniziative che abbiamo attuato per proseguire il nostro percorso verso un business sempre più allineato alle esigenze dei nostri stakeholder. Un percorso la cui rilevanza è stata riconosciuta dai risultati positivi che, anche quest'anno, abbiamo conseguito rispetto ai principali rating ESG, che reputiamo fondamentali per indirizzare al meglio i nostri sforzi futuri. In particolare, a seguito della nostra partecipazione al *Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2022* di S&P, siamo stati nuovamente inclusi come membri del *Sustainability Yearbook 2023* di S&P Global, e siamo stati selezionati come unico *Industry Mover* dimostrando il miglioramento più significativo del nostro settore rispetto all'anno scorso.

Le complicazioni dovute alla crisi energetica e alle calamità legate al cambiamento climatico sono state stimoli per diventare sempre più consapevoli della nostra impronta carbonica e per continuare a trovare soluzioni sempre più innovative e sostenibili.

Abbiamo completato la prima analisi di tutte le emissioni di CO₂ indirette del Gruppo lungo la catena del valore, e ciò ha rappresentato una presa di coscienza importante da parte del Gruppo per la futura definizione della nostra strategia climatica. In ottica di trasparenza, abbiamo partecipato per la prima volta al questionario CDP *Climate Change*, misurandoci così con le *best practice* di settore in termini di risposta alle principali sfide ambientali. Abbiamo inoltre continuato con il roll-out del nuovo packaging eco-sostenibile dei prodotti a marchio Amplifon in carta 100% riciclabile, abbiamo contribuito al risparmio di circa 194 milioni di batterie annue grazie ai dispositivi acustici ricaricabili, e ci siamo approvvigionati di elettricità per oltre la metà proveniente da fonti rinnovabili.

Consapevoli dell'importanza che le nostre persone ricoprono per il nostro business, abbiamo adottato la nostra Policy DEIB (Diversity, Equity, Inclusion, Belonging) che definisce le priorità e il nostro impegno, a ogni livello organizzativo, in materia di diversità, equità, inclusione e appartenenza.

L'implementazione di tale Policy, che conferma come in Amplifon le diversità siano considerate come punti di forza e opportunità di continuo arricchimento, sarà supportata da una nuova struttura di Global Governance per le tematiche DEIB che consentirà di indirizzare l'agenda a livello globale individuando obiettivi condivisi e guidando vari gruppi di lavoro impegnati in queste tematiche.

A conferma della forza della nostra strategia HR, abbiamo altresì ricevuto la certificazione *Top Employer 2023* per il secondo anno consecutivo in Europa - in particolare in



Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Germania e Olanda - nonché per la prima volta anche negli Stati Uniti e in Nuova Zelanda.

In un mondo in cui le principali sfide ESG non sono più un'opzione, ma devono essere parte integrante di ogni strategia di business, è essenziale avere un ruolo attivo nel generare impatti positivi e collaborare in partnership con tutti i principali stakeholder.

Per questo tramite "We Care", il nostro programma di *community impact*, le nostre persone continuano a contribuire in maniera proattiva e creativa a progetti di inclusione sociale, anche in collaborazione con le nostre Fondazioni. Il nostro programma "Listen Responsibly", oltre che in Italia e in Spagna, nel 2022 è stato lanciato anche in Francia, sensibilizzando circa 32.000 studenti sull'importanza dell'ascolto responsabile. Inoltre, per rafforzare la collaborazione e l'ingaggio

dei nostri stakeholder sulle principali priorità ESG, quest'anno abbiamo deciso di definire un nuovo Piano di Stakeholder Engagement che ci permetterà di avviare un percorso strutturato e pluriennale di dialogo con i nostri interlocutori. Tutto ciò confermando la nostra adesione al Global Compact delle Nazioni Unite, impegnandoci nel rispetto dei Dieci Principi in tema di diritti umani, diritti del lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione, nonché dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile.

Siamo felici di presentarvi, all'interno del nostro Report di Sostenibilità 2022, 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.

Susan Carol Holland

Presidente

Enrico Vita

Amministratore Delegato

GUIDA ALLA LETTURA

Dalla nostra fondazione nel 1950, ci impegniamo ogni giorno per migliorare la vita delle persone, facendo riscoprire loro tutte le emozioni dei suoni e 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 sono per noi driver fondamentali che da sempre guidano il nostro modo di fare business e che trovano spazio nel presente Report di Sostenibilità. Giunto alla sua settima edizione, tale Report è diretta espressione del percorso organico di sostenibilità che abbiamo intrapreso dal 2016: da sei anni costituisce la nostra Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario redatta ai sensi del D.lg. 254/2016, e dal 2021 include anche i progressi compiuti nell'applicazione dei Dieci Principi promossi dal **Global Compact delle Nazioni Unite**, di cui siamo firmatari.

Con questo Report ogni anno cogliamo l'opportunità di comunicare a tutti i nostri stakeholder 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 performance rispetto ai target definiti

IL NOSTRO PERCORSO NELLA SOSTENIBILITÀ

2016

Primo Report di Sostenibilità volontario

2018

Adozione della Policy di Sostenibilità e relative quattro aree di impegno



2017

Prima Dichiarazione Non Finanziaria ex. D.Lgs. 254/2016

Istituzione del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità

2019

Lancio dei Programmi "We Care" e "Listen Responsibly"





VAI ALLA PAGINA
INDICE DEI CONTENUTI
DEI PRINCIPI DEL UN
GLOBAL COMPACT



VAI ALLA PAGINA
IL NOSTRO IMPEGNO
PER UN BUSINESS
SOSTENIBILE



VAI ALLA PAGINA
ASSOCIAZIONI,
RATING E INDICI ESG

all'interno del nostro **Piano di Sostenibilità "Listening Ahead"**, che comprende obiettivi congruenti con la nostra strategia di business e con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile. Inoltre, grazie a questo Report intendiamo fornire una panoramica delle principali iniziative promosse durante l'ultimo anno, tra cui l'adozione della nostra **Diversity, Inclusion, Equity & Belonging (DEIB) Policy** e la prima mappatura di tutte le nostre emissioni indirette di CO₂ (**Scopo 3**): attività che ci hanno permesso di rafforzare ulteriormente la nostra partecipazione ai principali rating ESG, incluso il questionario **CDP Climate Change** al quale abbiamo risposto per la prima volta nel 2022.

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

2020

Lancio del Piano di Sostenibilità
"Listening Ahead"

Nascita della Fondazione Amplifon

**LISTENING
AHEAD**



2022

Adozione del Codice di Condotta
dei Fornitori e della DEIB Policy

Partecipazione al questionario
CDP Climate Change

Prima mappatura delle
Emissioni indirette (Scopo 3)



2021

Adesione al UN Global Compact

Sottoscrizione dei primi
finanziamenti sustainability-linked

Continui miglioramenti in Rating e
indici ESG



S&P Global

I NOSTRI STAKEHOLDER E LE NOSTRE PRIORITÀ

Operiamo in un contesto internazionale e 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, adottando una prospettiva di mutuo apprendimento e di condivisione, promuoviamo costantemente numerose attività di ascolto, interazione e dialogo, al fine di sviluppare strategie di crescita più sostenibili.

Nel 2022, abbiamo deciso di **aggiornare la nostra mappa degli stakeholder** identificando, con il supporto del nostro Top Management, le principali categorie di interlocutori e portatori d'interesse, e valutandone la rilevanza sulla base dei tipi di relazione che intercorrono con Amplifon, dei loro ruoli e in accordo ai criteri di dipendenza e influenza tra loro e la nostra Organizzazione. Tra i principali stakeholder sono compresi la comunità di persone affette da calo uditivo e i loro amici e familiari (*caregivers*), il nostro personale dipendente, gli azionisti, i fornitori di capitale e l'intera comunità finanziaria, la rete distributiva composta da franchisee e agenti e le associazioni di settore e dei consumatori.

L'obiettivo finale dell'attività è stato definire un **Piano di stakeholder engagement** che ci permetterà di coinvolgere, a rotazione nei prossimi tre anni, la maggior parte dei nostri stakeholder secondo diverse modalità interattive e sulla base di un percorso strutturato, e che quindi si tradurrà anche in un nuovo processo di aggiornamento dell'analisi di materialità.

Per implementare al meglio la nostra strategia di sostenibilità, individuando le esigenze e le priorità di tutte le parti interessate, anche nel 2022 abbiamo aggiornato la nostra analisi di materialità con il coinvolgimento diretto di un campione dei principali stakeholder.



VAI ALLA PAGINA
PRINCIPALI ATTIVITÀ
DI STAKEHOLDER
ENGAGEMENT

UNIVERSO DEI TEMI
DI SOSTENIBILITÀ DI
AMPLIFON

PRINCIPALI STAKEHOLDER DI AMPLIFON



Già nel 2021 avevamo introdotto il concetto della **“doppia materialità”**, 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 ESG¹), sia quanto gli stessi temi e i macro-trend globali possano impattare sulla capacità di creare valore e sulle performance finanziarie della nostra Organizzazione (materialità finanziaria).

Tale duplice prospettiva è stata usata anche nel 2022 secondo un **approccio dinamico**, ovvero guardando ai trend e ai driver del nostro settore e del mondo ESG, con la consapevolezza che le tematiche non materiali di oggi potrebbero invece assumere rilevanza domani.

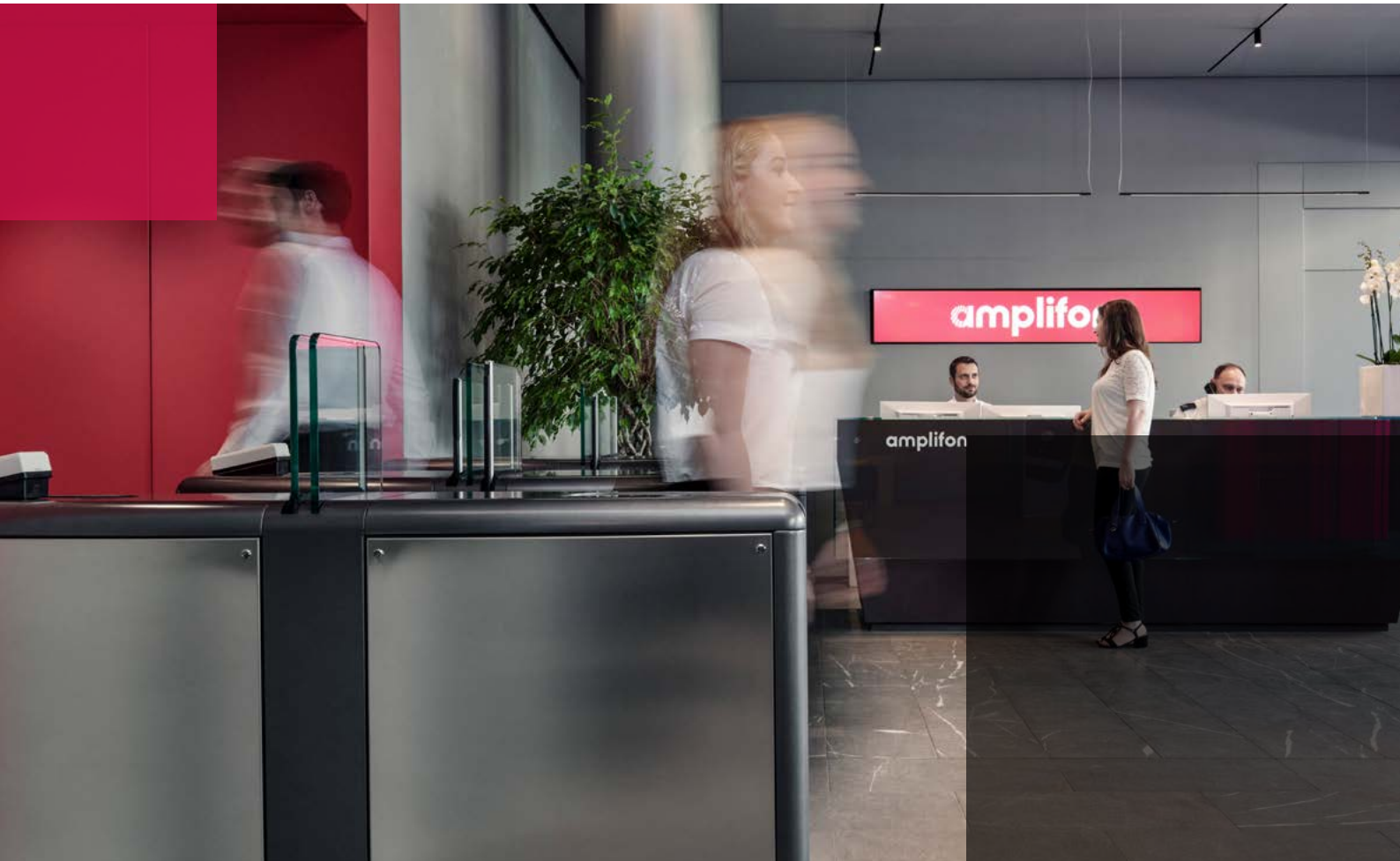
1 - In linea con gli standard di rendicontazione GRI, per materialità ESG si intende l'analisi degli impatti attuali e potenziali, positivi e negativi, sull'economia, l'ambiente e le persone nell'ambito delle attività di Amplifon e dei suoi rapporti di business.

I 20 temi di sostenibilità inclusi nel nostro universo² sono stati quindi discussi e valutati sia da parte degli stakeholder interni ed esterni, al fine di intercettarne feedback, suggerimenti e aspettative, sia dal Top Management di Amplifon:

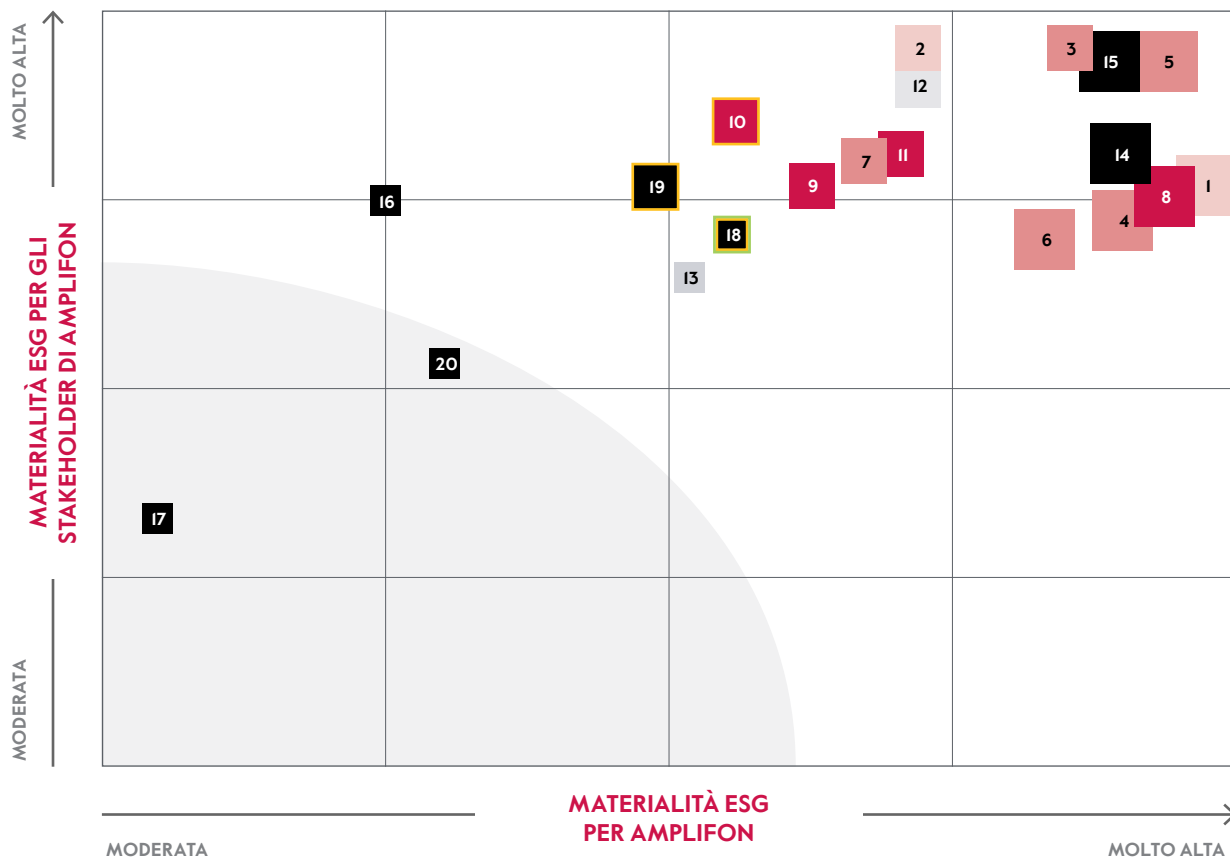
- Un campione rappresentativo di investitori istituzionali e di dipendenti di diversi Paesi sono stati coinvolti in due specifici *focus group*, durante i quali gli stakeholder hanno avuto l'occasione di condividere le loro valutazioni sulla crescente importanza - attuale e futura - di alcuni temi di sostenibilità.
- Il nostro Top Management è stato invece coinvolto in un workshop finale in cui sono stati discussi i principali temi emergenti, tra cui la lotta al cambiamento climatico, nonché le opportunità di Amplifon in ambito di sostenibilità lungo l'intera catena del valore.

Tramite queste analisi, abbiamo così aggiornato la nostra **matrice di materialità**, successivamente validata dal Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità e dal Consiglio di Amministrazione a dicembre 2022³.

- 2 - L'universo dei temi di sostenibilità di Amplifon è stato aggiornato nel 2021 per mezzo di specifiche sessioni di *induction* con il Top Management e le 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, gli impatti e le opportunità ad esso correlati.
- 3 - Le due tematiche "Gestione delle risorse idriche" ed "Efficientamento del processo logistico e distributivo" non sono risultati materiali rispettivamente per la natura del business di Amplifon e per le sue priorità.



MATRICE DI MATERIALITÀ 2022



DIMENSIONE DEI QUADRATI: MATERIALITÀ FINANZIARIA



AMPLIFON BUSINESS

* Temi non materiali

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*

LEGENDA

18 Tematica la cui materialità ESG è stata incrementata dal Top Management in quanto ritenuta più rilevante per l'Organizzazione rispetto al passato

10 18 19 Tematiche ritenute di crescente importanza in ottica futura da parte degli Stakeholders



PIANO DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT E AGGIORNAMENTO DELL'ANALISI DI MATERIALITÀ

Per avviare un percorso strutturato e pluriennale di dialogo con i nostri interlocutori, e approfittando dell'aggiornamento delle nostre categorie di stakeholder, nel corso del 2022 abbiamo definito un Piano di stakeholder engagement che prevede di coinvolgere la maggior parte dei nostri stakeholder a rotazione nei prossimi tre anni e secondo diverse modalità.

Tale Piano è stato costruito in parallelo con un nuovo processo triennale di aggiornamento dell'analisi di materialità che riteniamo essere il processo cardine alla base della redazione del Report di Sostenibilità e che sempre più consideriamo uno strumento utile per dare voce ai nostri interlocutori, condividendo e approfondendo le priorità future su cui impegnarci maggiormente.

Questo Piano è nato dal desiderio e dall'obiettivo di svolgere l'analisi di materialità in modo più strutturato ed efficace: per i primi due anni, intendiamo promuovere una discussione attiva e approfondita su alcuni temi specifici emergenti con alcuni stakeholder mirati, analizzando i principali macro-trend ESG e facendo delle considerazioni qualitative sulle priorità attuali e future. Il terzo anno invece prevede il coinvolgimento della maggior parte degli stakeholder per la valutazione quantitativa di tutti i temi, al fine di aggiornare l'intera matrice di materialità tenendo in considerazione sia il contesto di riferimento attuale, sia quanto approfondito durante gli anni precedenti.



HIGHLIGHTS 2022



~289 M€

risparmiati dai clienti grazie a
test dell'udito gratuiti

~48%

dipendenti in
posizioni STEM

**PRODUCT &
SERVICE
STEWARDSHIP**

~95%

penetrazione APE

**PEOPLE
EMPOWERMENT**



**ETHICAL
BEHAVIOR**

~52%

di energia elettrica
rinnovabile

2.119,1 M€

ricavi 2022

+9.300

punti vendita

~19.400

dipendenti e
collaboratori

amplifon

+44%

donne in posizioni
manageriali



~12.500

misurazioni del rumore
tramite l'App Listen
Responsibly

COMMUNITY
IMPACT

~32.000

studenti sensibilizzati sulla
prevenzione uditiva

Scopo 3

primo inventario delle
emissioni indirette

~194 mln

batterie
risparmiate annue



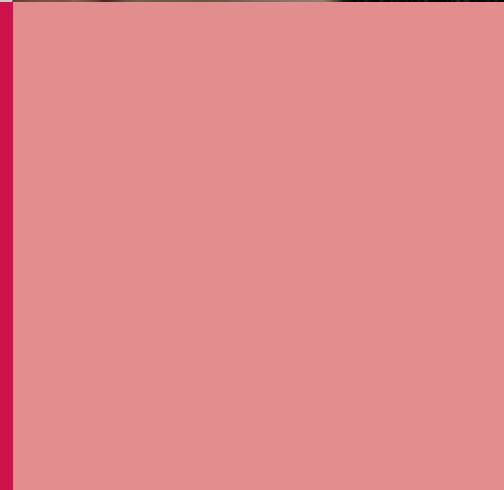
17 PARTNERSHIP
PER GLI OBIETTIVI



01

Amplifon: Listening Ahead

I nostri valori e la nostra
purpose da sempre
guidano il nostro modo
di fare business e il nostro
impegno a contribuire
allo sviluppo sostenibile





I.1 IL SETTORE IN CUI OPERIAMO

Viviamo in una realtà 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 in forte crescita.

SCENARIO DI MERCATO⁴



Il mercato globale *retail* dell'*hearing care* è stimato pari a circa **17 miliardi di euro** nel 2022, con prospettive di crescita di medio e lungo termine molto positive grazie ai solidi fondamentali e ai trend secolari. Le Nazioni Unite stimano che la popolazione mondiale raggiungerà i 9,7 miliardi di persone entro il 2050, traducendosi in un considerevole aumento del numero di persone *senior* che potrebbero sviluppare difficoltà uditive, sia in virtù dell'aumento dell'aspettativa di vita (se oggi gli over 60 costituiscono circa il 12,3% della popolazione mondiale, entro il 2050 saranno quasi il 22%⁵) sia a causa dell'aumento dell'esposizione all'inquinamento acustico (oggi oltre **1 miliardo di giovani** sono a rischio di perdite uditive evitabili).

Il calo uditivo non curato può provocare impatti negativi sulla salute delle persone, quali declino cognitivo, depressione e cadute, rappresentando oggi un costo globale annuale annuo pari a circa **1 trilione di dollari**, legato alle spese del settore sanitario, alla perdita di produttività e ai relativi costi sociali. Nonostante tali implicazioni, ancora oggi il **tasso di adozione**, ovvero il rapporto tra chi utilizza un dispositivo acustico e chi ha un qualche livello di calo dell'udito, è ancora molto basso, ed è stimato a circa il 37% nei paesi ad alto reddito e tra il 5 e il 10% nelle economie emergenti⁶.

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

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

6 - Fonte: Organizzazione Mondiale della Sanità, EuroTrak, MarkeTrak, Amplifon data 2022 nei mercati in cui opera Amplifon.

PRINCIPALI DRIVER



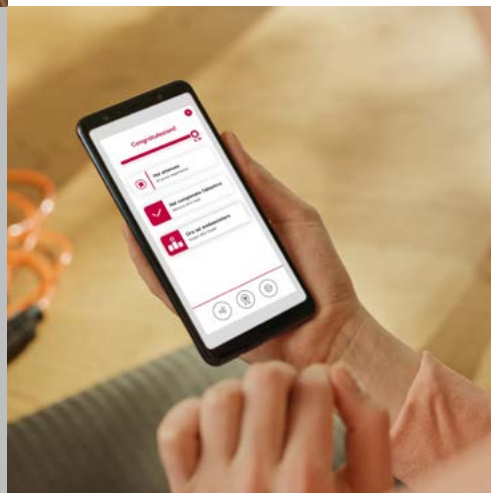
ASPETTATIVA DI VITA

L'allungamento dell'aspettativa di vita è un trend evidente. Nel 2020, per la prima volta, il numero di persone over 60 ha superato quello di bambini di età inferiore a 5 anni. Entro il 2050, si stima che 2,1 miliardi di persone avranno più di 60 anni.



VITA ATTIVA

Le persone hanno 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 propria vita attivamente.



TECNOLOGIA

La miniaturizzazione, la connettività e la ricaricabilità contribuiscono alla diffusione e all'accessibilità 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.



RESILIENZA

La necessità di curare il calo uditivo per la salute delle persone porta il mercato di riferimento ad essere resiliente anche in periodi di profonda crisi economica. Inoltre, in molti paesi i consumatori, principalmente caratterizzati da pensionati con reddito fisso, basso rischio di disoccupazione ed elevate disponibilità economiche, possono comunque contare sia sul rimborso pubblico, sia sul credito al consumo per finalizzare i propri acquisti.

I.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 9.300 punti vendita e sulla professionalità e passione di circa 19.400 dipendenti e collaboratori in 25 Paesi nei 5 continenti.

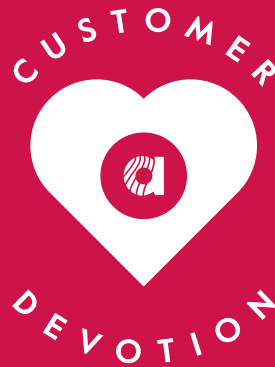
LA NOSTRA PURPOSE

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.

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.



ECCELLENZA QUOTIDIANA

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



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.

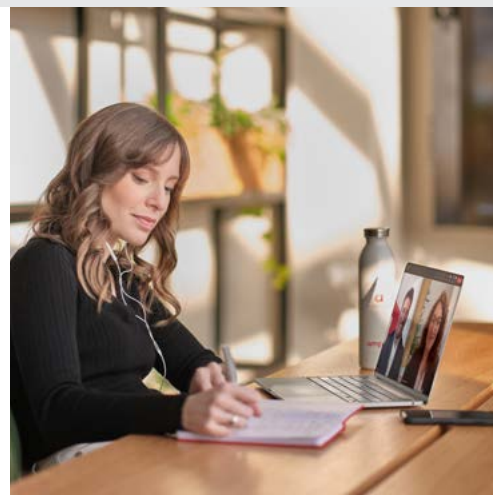
Selezioniamo, sviluppiamo e facciamo crescere i migliori talenti che condividono la nostra ambizione di cambiare la vita di milioni di persone nel mondo.

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.



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.



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

Il nostro posizionamento globale e i nostri oltre 70 anni di esperienza ci permettono di ambire a essere i migliori interpreti delle esigenze di persone che non rinunciano a una vita vissuta pienamente.

■ COMPETENZE PROFESSIONALI ■ BRAND

I nostri circa 9.700 audioprotesisti effettuano centinaia di migliaia di test dell'udito e si aggiornano con circa 280.000 ore di formazione all'anno. Uniscono innovazione, conoscenze scientifiche e un approccio altamente personalizzato all'interno del protocollo esclusivo Amplifon 360 per garantire una *customer experience* eccellente.

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

Tramite Amplifon X, la nostra divisione agile interamente dedicata allo sviluppo di soluzioni digitali altamente innovative, esprimiamo 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* e l'esperienza che offriamo.

■ LEADERSHIP SCIENTIFICA

Il Centro Ricerche e Studi Amplifon è un partner specializzato per la comunità medico-scientifica e leader in campo audiologico e 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.

■ EMPLOYER OF CHOICE

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

■ 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 25 Paesi e diversificare l'esposizione ai diversi mercati.

IL NOSTRO NETWORK GLOBALE

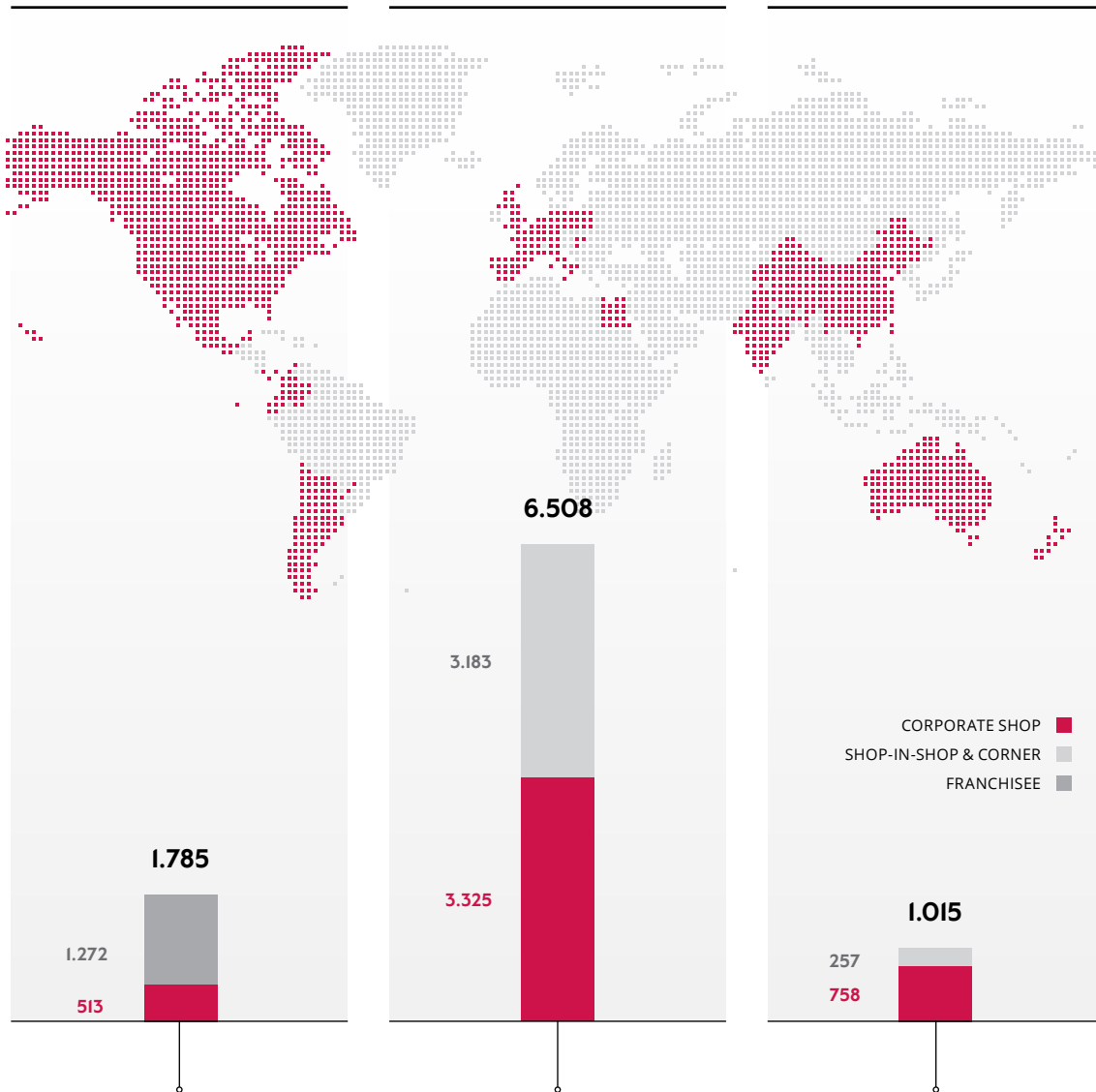
Siamo leader mondiale per qualità del servizio, competenze, capillarità della rete distributiva e presenza geografica. Operiamo in tre aree geografiche (EMEA, America, APAC) sui cinque continenti, e generalmente ci classifichiamo come primo o secondo operatore nei principali mercati in cui operiamo.

25
Paesi
IN 5 CONTINENTI

AMERICA

EMEA

APAC



1.3 STRATEGIA E BUSINESS MODEL

Ogni giorno investiamo sui trend di domani per migliorare la qualità della vita di milioni di persone. La nostra strategia rimane semplice e mirata, volta a sostenere la nostra prossima fase di crescita attraverso tre importanti linee guida.

■ CONSOLIDARE LA LEADERSHIP A LIVELLO GLOBALE

Intendiamo rafforzare la nostra leadership in tutti i mercati chiave, consolidando la nostra posizione dove siamo già leader e raggiungendo la leadership nei pochi mercati in cui non lo siamo ancora. Negli Stati Uniti, il più grande mercato mondiale, puntiamo a conquistare una porzione ancora più ampia della catena del valore. In Australia ed EMEA intendiamo consolidare la nostra posizione con crescita organica e investimenti in innovazione, mentre nel mercato cinese, in forte crescita, continueremo a perseguire acquisizioni in aree ancora inesplorate del Paese.

■ OFFRIRE UNA CUSTOMER PROPOSITION UNICA E INEGUAGLIABILE

Arricchiremo la nostra *customer proposition* facendo leva sui nostri tre asset distintivi: gli indiscussi marchi leader di settore; una profonda conoscenza del consumatore, derivante dalla quantità e qualità di dati che possediamo e utilizziamo per costruire i migliori insight sui clienti; una *customer experience* innovativa, in cui le tecnologie digitali giocano un ruolo chiave nell'esperienza del consumatore, migliorando i protocolli sia all'interno dei nostri negozi che all'esterno, dal primo contatto fino al servizio post-vendita.

■ RENDERE L'ORGANIZZAZIONE SEMPRE PIÙ EFFICACE E TALENTUOSA

Intendiamo incrementare gli investimenti dedicati alle nostre persone, sia nei negozi che nel *back office*, con l'obiettivo di migliorare sempre di più le loro competenze, favorire la condivisione di *best practice* all'interno del Gruppo e attrarre ogni giorno i migliori talenti per supportare al meglio l'implementazione della nostra strategia ed essere ogni giorno più competitivi.



APPROFONDISCI
LA NOSTRA
STRATEGIA



**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 rendere più efficiente il lavoro e permettere a tutti di focalizzarsi sulle attività a più alto valore aggiunto, automatizzando quelle più routinarie.

■ 2019

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.

■ 2020

Attivati moduli Finance e Procurement con 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, gestiti tramite il nuovo sistema ERP cloud-based.

■ 2021

Realizzato il roll-out di 1AT in Spagna, effettuato lo split societario tra Amplifon S.p.A. e la *legal entity* Amplifon Italia, e attivato il modello di gestione centralizzata degli acquisti diretti in Spagna, Nuova Zelanda e Stati Uniti (Miracle Ear).

■ 2022

Completato i roll-out dei moduli Finance e Procurement in Germania, Svizzera e Belgio, proseguito l'accentramento degli acquisti diretti includendo Italia, Francia, Germania, Svizzera e Belgio.

Entro il primo semestre del 2023 finalizzeremo i roll-out dei moduli Finance e Procurement negli Stati Uniti, in Francia e in Olanda ottenendo un modello operativo uniforme su circa il 90% dei nostri ricavi e, in merito alla gestione centralizzata degli acquisti diretti, continueremo nell'attivazione di nuovi fornitori nazione per nazione.

MODELLO DI BUSINESS

In tutti i mercati offriamo tecnologie innovative, forti competenze tecniche e, soprattutto, empatia: chi ci sceglie vive un'esperienza esclusiva e fortemente personalizzata.

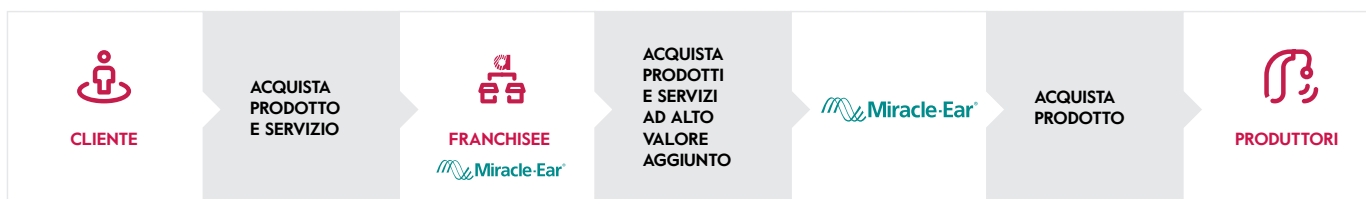
■ BUSINESS-TO-CONSUMER

In EMEA, APAC, Canada, America Latina e in parte anche negli Stati Uniti (tramite oltre 290 punti vendita a marchio Miracle-Ear) ci avvaliamo di un modello di business B2C, rivolgendoci 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 circa 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 (AHC) 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.



I.4 UNA SOLIDA GOVERNANCE AZIENDALE

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

La nostra 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 aggiornamenti⁷.

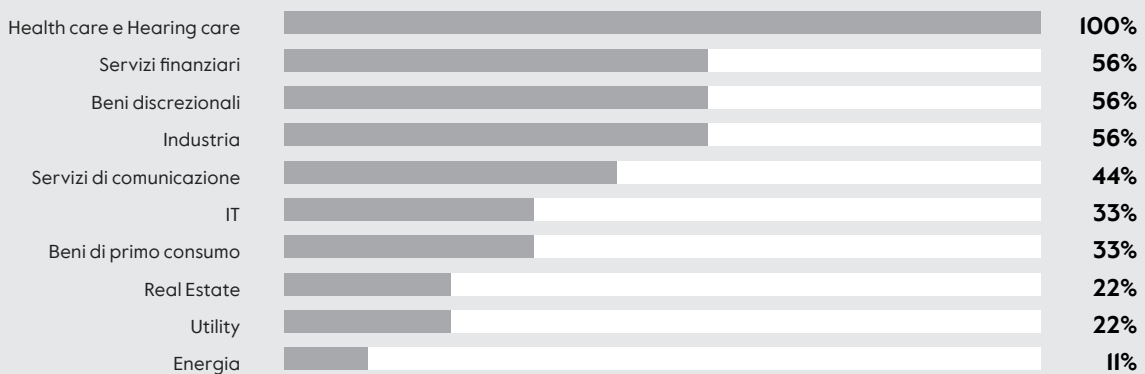
■ ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI

Costituisce l'organo deliberativo che esprime la volontà dei soci, e viene convocata in sede ordinaria almeno una volta all'anno.

■ CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Detiene tutti i poteri di amministrazione e di gestione ordinaria e straordinaria della Società. È attualmente composto da nove membri, di cui sette indipendenti ed un unico consigliere esecutivo (l'Amministratore Delegato). A seguito dell'insediamento del nuovo Consiglio di Amministrazione (C.d.A.), composto per **oltre la metà da donne** e con un'età media di 60 anni, con un massimo di 74 e un minimo di 39 anni, nel 2022 si è svolta la mappatura delle competenze e dei settori di esperienza dei singoli consiglieri, che ha confermato un mix adeguato di profili professionali, tra cui figure di business, manager provenienti da diversi settori e con esperienze internazionali, profili finanziari e professionisti con competenze nel settore *hearing care* e in ambito ESG. Inoltre, il Consiglio di Amministrazione (C.d.A.) ha costituito al suo interno tre Comitati: il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità (CCRS), il Comitato Remunerazione e Nomine, e il Comitato per le Operazioni con Parti Correlate.

COMPONENTI DEL C.D.A. PER SETTORI DI ESPERIENZA⁸





VAI ALLA PAGINA
COMPOSIZIONE
DEGLI ORGANI DI
GOVERNO



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

56%

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



VAI ALLA PAGINA
MODELLO DI
ORGANIZZAZIONE
E GESTIONE

■ COLLEGIO SINDACALE

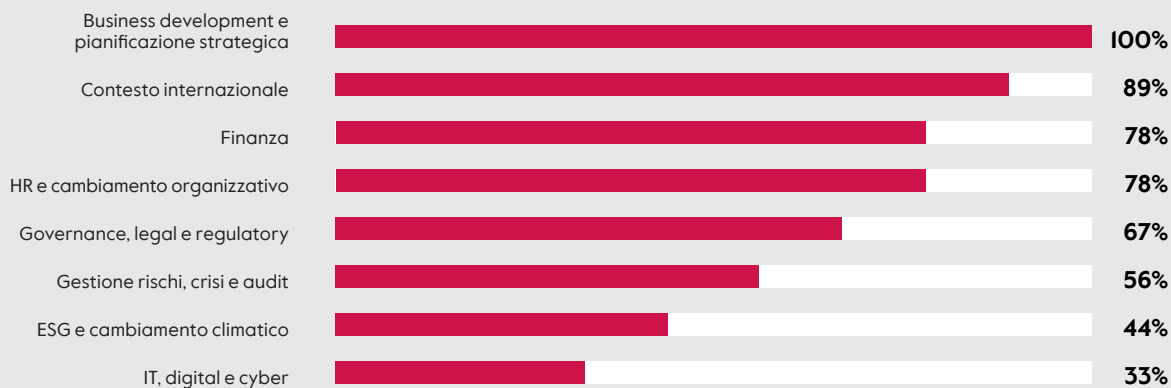
Organo di vigilanza e controllo a cui il Consiglio di Amministrazione riferisce, direttamente o tramite gli organi delegati, sul proprio operato e su eventuali operazioni condotte dalla Società e dalle sue controllate che abbiano un impatto significativo sui margini, sulle attività e passività o sulla situazione finanziaria. È attualmente composto da cinque sindaci (tre effettivi e due supplenti), e tre membri (di cui due effettivi) sono di genere femminile.

■ ORGANISMO DI VIGILANZA

Istituito ai sensi del D.lgs. 231/2001, è l'organo a cui è affidato il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo di Amplifon S.p.A.⁹, nonché di curarne l'aggiornamento. In particolare, l'Organismo di Vigilanza vigila sull'efficacia e l'adeguatezza del Modello, in relazione alla struttura aziendale e alla sua effettiva capacità di prevenire, la commissione dei reati, e promuove la sua diffusione nei confronti di tutti i destinatari.

- 7 - 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 2022 e alla Politica di Remunerazione sono disponibili nella [Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 dicembre 2022](#) e nella [Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui compensi corrisposti 2023](#).
- 8 - I settori di esperienza sono stati identificati in base al [MSCI Global Industry Classification Standard](#).
- 9 - Si segnala che anche la controllata Amplifon Italia S.p.A. si è dotata di un proprio Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 231/01, nonché del proprio Organismo di Vigilanza.

COMPONENTI DEL C.D.A. PER COMPETENZE





VAI ALLA PAGINA
L'ANALISI DI
MATERIALITÀ 2022



APPROFONDISCI
IL SISTEMA DI
CONTROLLO INTERNO
E DI GESTIONE DEI
RISCHI



APPROFONDISCI
LA GESTIONE
DEI RISCHI



VAI ALLA PAGINA
PRINCIPALI RISCHI
CONNESSI ALLE
TEMATICHE DI
SOSTENIBILITÀ

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 e segnalando eventuali criticità.

Al fine di rafforzare la consapevolezza sulle tematiche e rischi ESG, la funzione *Investor Relations & Sustainability* aggiorna periodicamente il C.d.A. e il CCRS in merito alle diverse iniziative in ambito sostenibilità promosse, 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 traguardi raggiunti rispetto agli obiettivi del Piano di Sostenibilità, nonché le attività di comunicazione ed *engagement*, tra cui quelle con la comunità finanziaria, le società di rating ESG e tutti gli stakeholder.

In occasione dell'analisi di materialità svolta nel 2022, validata dal CCRS e successivamente dal C.d.A., la stessa funzione ha altresì coinvolto il Top Management in un workshop sui principali driver ESG, tra cui quelli relativi all'efficienza energetica e alle azioni per il clima, valutando le priorità per l'Organizzazione. Anche nell'ambito del processo di Enterprise Risk Management (ERM), tutte le tematiche ESG materiali, incluse quelle relative agli aspetti ambientali e al *climate change*, sono state valutate con il Top Management in termini di potenziali rischi, impatti 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

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.

Attraverso l'adozione del modello di **Enterprise Risk Management (ERM)** promuoviamo un processo strutturato e sistematico di *risk assessment, monitoring e reporting*, identificando i potenziali rischi dalla prospettiva del Gruppo, al fine di gestirli e garantire una conduzione dell'impresa coerente con la

mission e gli obiettivi strategici, operativi e di compliance. Tale attività è condotta su base semestrale all'anno 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 proposta delle azioni di risposta e di mitigazione. La mappa dei Top Risks di Gruppo risultante da tale processo viene poi periodicamente presentata al CCRS e al C.d.A.¹⁰.

LA VALUTAZIONE DEI PRINCIPALI RISCHI ESG

Al fine di garantire un adeguato presidio dei principali rischi ESG, il processo di ERM integra formalmente l'identificazione e la valutazione dei principali rischi connessi alle tematiche di sostenibilità a partire dall'aggiornamento 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 e/o considerati potenzialmente rilevanti per il Gruppo nel breve e medio periodo, sono sottoposti alla valutazione dei principali *Risk Owner* per mezzo di specifici incontri. Il rating finale, derivato dalle stime di probabilità di accadimento ed impatto, fornisce indicazione

della quota di rischio residuo in capo all'Organizzazione a fronte delle attività di mitigazione e controllo svolte dai diversi *Risk Owner* e finalizzate alla riduzione di possibili impatti negativi.

In considerazione dei principali temi di sostenibilità identificati come materiali nell'analisi di materialità, 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 consente di fornire agli stakeholder una panoramica completa 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.

10 - 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 2022](#) (Sezione "Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi") e nella Relazione sulla Gestione al 31 dicembre 2022 dell'[Annual Report 2022](#) (sezione "Gestione dei rischi").



VAI ALLA PAGINA
INDICE DEI
CONTENUTI DELLE
RACCOMANDAZIONI
DELLA TCFD

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 2022 abbiamo approfondito l'analisi del nostro modello di business, già avviata nel 2021, che ci ha permesso di **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 2022, dalla funzione Group Internal Audit & Risk Management e con il supporto della funzione Investor Relations & Sustainability. L'esercizio d'integrazione si è soffermato non solo su rischi e opportunità legate al cambiamento climatico con potenziale rilevanza per il Gruppo nel breve termine (orizzonte temporale attualmente utilizzato nel processo di ERM), ma ha preso in considerazione anche potenziali rischi che nel medio/lungo termine potrebbero generare impatti più significativi per il contesto in cui operiamo, e necessitano dunque un attento e continuo monitoraggio. Tale attività si integra con il progressivo sviluppo della nostra strategia climatica e l'identificazione di azioni volte alla minimizzazione delle emissioni di CO₂ del Gruppo, attività che verranno completate anche alla luce dell'inventario delle emissioni indirette di Scopo 3 e della nostra impronta carbonica calcolata per l'anno 2022.

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

In ottica di **progressiva integrazione tra la nostra strategia finanziaria e la strategia di sostenibilità**, nel 2021 abbiamo sottoscritto le prime due linee di credito legate ad alcuni obiettivi di sostenibilità:

- Una linea di credito revolving "sustainability-linked" con Intesa Sanpaolo (Divisione IMI Corporate & Investment Banking), per un ammontare di 100 milioni di euro e durata di cinque anni. Legata ad alcuni indicatori del Piano di Sostenibilità di Amplifon, 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.
- 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. Tale 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.

I.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.

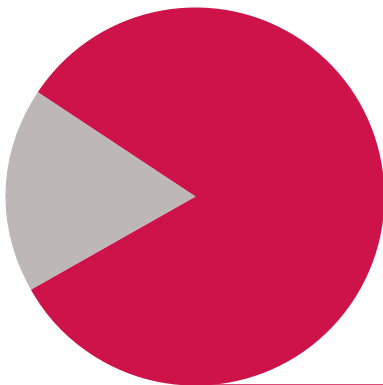
Attraverso l'esercizio delle sue attività d'impresa, **Amplifon crea valore per i principali stakeholder** direttamente interessati ai risultati economici della Società (azionisti, dipendenti, Pubblica Amministrazione, comunità) e per chiunque intrattenga relazioni commerciali con Amplifon (fornitori, finanziatori).

Il valore economico generato dalla Società, al netto del valore distribuito agli stakeholder, rappresenta il valore economico trattenuto, composto principalmente dalla quota dell'utile netto di pertinenza non distribuita agli azionisti allo scopo di finanziare futuri investimenti.

Nel 2022, del valore economico generato da Amplifon (pari a circa **2.135 milioni di euro**), ne è stato trattenuto circa il 17,9% (pari a circa 381 milioni di euro), mentre ne è stato distribuito circa l'82,1% (circa 1.754 milioni di euro), così ripartito:

DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO 2022

- **82,1%**
Valore economico distribuito
- **17,9%**
Valore economico trattenuto



- **42,0% costi operativi riclassificati per i fornitori**, pari a circa 898 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;
- **32,8% la remunerazione e i benefit per i dipendenti**, pari a circa 700 milioni di euro;
- **3,6% la remunerazione ai fornitori di capitale**, pari a circa 76 milioni di euro, di cui circa 58,2 milioni di euro corrispondenti ai dividendi distribuiti agli azionisti;
- **3,5% i pagamenti alla Pubblica Amministrazione**, composti principalmente da imposte sul reddito, pari a circa 75 milioni di euro;
- **0,2% gli investimenti per la comunità**, pari a circa 5 milioni di euro, formati principalmente da membership ad associazioni, donazioni liberali, sponsorship e altre attività legate al business in favore delle comunità locali.

LA NOSTRA RESILIENZA A FRONTE DEL CONTESTO GLOBALE

A fronte di un contesto macroeconomico e geopolitico complesso e di misure restrittive localizzate in determinate aree geografiche, nel 2022 il nostro business si è dimostrato resiliente e capace di affrontare le grandi sfide.

■ CONTESTO MACRO-ECONOMICO E GEOPOLITICO

Il 2022 è stato caratterizzato da rallentamenti nelle attività economiche globali dovuti, fra l'altro, alle note tematiche relative alla situazione geopolitica e all'andamento dell'inflazione. Rispetto al contesto geopolitico, Amplifon, pur monitorando costantemente la situazione e presidiandone i potenziali rischi, non ha alcune attività in Ucraina, Russia e Bielorussia e ha attività limitate nei paesi limitrofi.

Con riferimento al contesto macroeconomico globale caratterizzato da volatilità, incertezza e inflazione crescente nel corso dell'anno, si segnala come l'importanza della cura dell'udito per le persone, il fatto che i dispositivi acustici siano considerati prodotti non discrezionali, e la presenza di sistemi di rimborso abbiano consentito al mercato di riferimento di essere resiliente anche in periodi di crisi economica.

■ EMERGENZA SANITARIA RELATIVA AL COVID-19

Se pur l'implementazione delle campagne vaccinali abbia consentito un graduale ritorno alla normalità nella maggior parte dei Paesi in cui Amplifon opera, il 2022 ha visto un picco dei contagi e delle relative misure restrittive in alcune specifiche aree geografiche (es. Australia, Cina, Nuova Zelanda). In tali casi il rigoroso protocollo operativo volto a garantire la massima sicurezza per clienti e il personale di negozio ha continuato ad essere attivo, in linea con tutte le raccomandazioni nazionali internazionali per la prevenzione della trasmissione del Covid-19.

Al netto di specifiche restrizioni locali e temporanee, la nostra priorità è continuata ad essere quella di garantire continuo supporto e servizio a tutti i nostri clienti, mantenendo tutti i nostri negozi sostanzialmente aperti e operativi. Pertanto, nel 2022 il Gruppo ha risentito in misura minore degli effetti dell'emergenza sanitaria, come evidenziato dagli ottimi risultati economico-finanziari conseguiti dal Gruppo¹¹.



VAI ALLA PAGINA

**IL PROTOCOLLO PER GARANTIRE
LA SALUTE E LA SICUREZZA**

¹¹ - Ulteriori informazioni riguardanti la resilienza di Amplifon e i principali rischi di Gruppo rispetto alla situazione macroeconomica, all'instabilità geopolitica e all'emergenza sanitaria relativa al Covid-19 sono presenti nell'[Annual Report 2022](#) (Sezione "Gestione dei rischi").

I.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 C.d.A., 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 d'impegno in ambito di sostenibilità** attraverso cui Amplifon contribuisce al miglioramento della qualità della vita di milioni di persone.

■ 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.

■ 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.



APPROFONDISCI
POLICY
DI SOSTENIBILITÀ

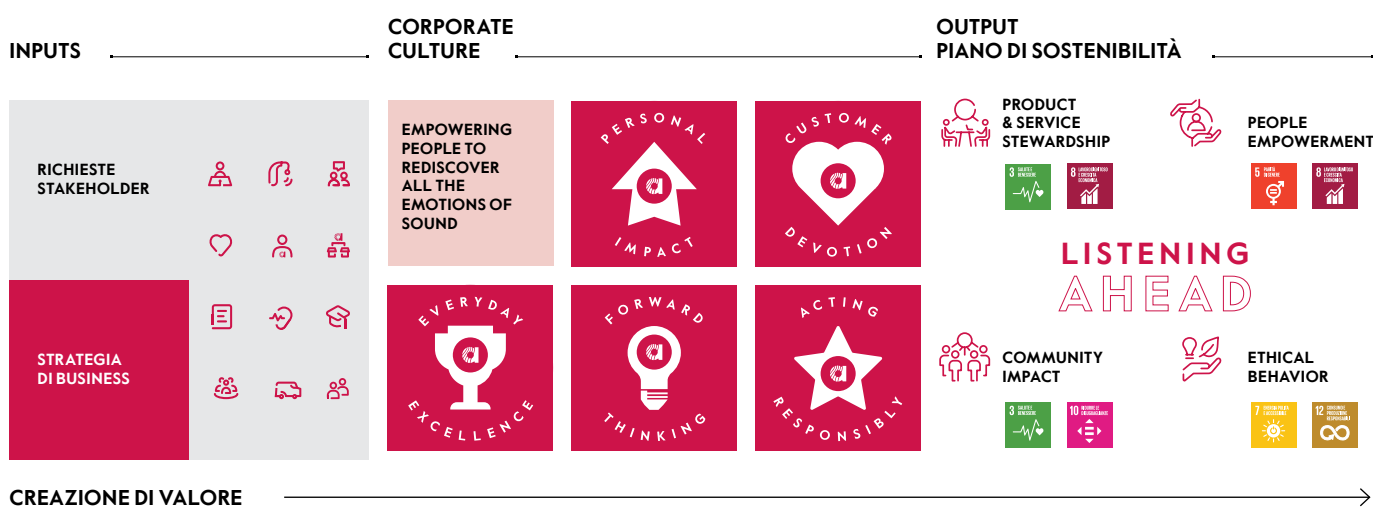
IL NOSTRO PIANO DI SOSTENIBILITÀ “LISTENING AHEAD”

Nel 2020 abbiamo dato attuazione concreta alle nostre aree di impegno lanciando il nostro primo Piano di Sostenibilità “Listening Ahead”, che comprende obiettivi per il triennio 2021-2023 allineati alla nostra strategia di business e correlati alla remunerazione variabile del nostro Top Management.

Tale Piano e i relativi obiettivi sono stati costruiti guardando ai fattori esogeni del contesto in cui operiamo, tra cui i mega trend globali in ambito ESG e i principali framework di rendicontazione sulle tematiche di sostenibilità, includendo anche le richieste del TCFD. Parallelamente, “Listening Ahead” è stato ideato sulla base delle necessità e richieste dei nostri stakeholder, come ad esempio clienti, dipendenti, comunità, fornitori, investitori e agenzie di rating ESG. Coerentemente alla nostra *corporate culture*, e al fine di evidenziare il contributo delle nostre attività alle priorità globali, tutti i nostri obiettivi sono inoltre stati definiti per essere in linea con i nostri valori e la nostra *Purpose*, nonché ai principali Sustainable Development Goals¹² (SDGs) maggiormente connessi al nostro business.

A seguito dell'esame e della validazione da parte del C.d.A. e del CCRS, il Piano è periodicamente oggetto di *induction* e condivisione interna per mezzo di specifici momenti di aggiornamento e presentazione dei progressi raggiunti. Con il coinvolgimento attivo delle principali funzioni interessate, negli anni sono stati lanciati specifici piani di azione dedicati ai singoli obiettivi, monitorando i KPI e le performance dei target prefissati e fornendo quindi un aggiornamento periodico al Top Management e agli organi di governo.

LA NOSTRA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ



12 - Definiti dalle Nazioni Unite nell'ambito dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

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 e 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	2022
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	156 mln ¹³
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 <i>prospects</i> nel triennio 2021-2023	Risparmio economico annuale dei clienti e <i>prospects</i> ¹⁴ (milioni di €)	142 mln di € (2020)	200 mln di €	289 mln di €
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 ¹⁵	Tasso di penetrazione (in termini di unità vendute) dell'APE nell' <i>addressable market</i> (%)	79% (2020)	89%	95%

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	2022
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	3,6
		Numero di giornate medie di formazione per persona all'anno - <i>field force</i> ¹⁶ (giorni all'anno)	2,8 (2020)	3,6	4,0
Garantire una solida <i>pipeline</i> di successione per i ruoli chiave	Garantire che almeno il 40% della popolazione <i>back office</i> sia valutato come <i>talents & high performers</i> per fare parte della <i>pipeline</i> di successione entro il 2023 ¹⁷	Percentuale di <i>talents & high performers</i> all'anno sulla popolazione <i>back office</i> (%)	36% (2020)	36%	39%
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 ¹⁸	Tasso di partecipazione alla <i>global engagement survey</i> (%)	81% (2019)	80%	NA
		Percentuale di <i>respondents</i> che esprime un giudizio >=3 su una scala da 1 a 5 (%)	92% (2019)	88%	NA
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%	52%
		Percentuale di dipendenti donne nella <i>global leadership population</i> (%)	27% (2020)	30%	29%

13 - Si segnala che nel corso del 2022, in alcuni selezionati Paesi, è stata rivista la pianificazione delle campagne TV.

14 - 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.

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

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	2022
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 €	1,5 milioni di €
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)	32.000 (2021-22)
		Numero di scuole coinvolte (nr. di scuole totali)	800 (2020)	1.000 (2020-21)	1.530 (2021-22)
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)	12.500 (2021-22)
		Numero di utenti dell'App "Listen Responsibly" (nr. di utenti totali)	2.700 (2020)	5.700 (2020-21)	13.200 (2021-22)

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	2022
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	Definizione e implementazione pilota del framework globale di valutazione ESG dei fornitori	NA (2020)	Framework definito	Integrazione del Codice di Condotta Fornitori nel processo di qualifica
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 (%) ¹⁹	28% (2020)	30%	52%
		Quantità di CO _{2e} evitata, Scopo 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)	4.054 (LB) 5.701 (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 all'anno entro il 2023	Numero totale di batterie "risparmiate" ²⁰ all'anno (milioni di batterie)	74 milioni (2020)	131 milioni	194 milioni

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

17 - L'attuale sistema di valutazione delle performance del personale di negozio (ad esclusione degli Area Manager che sono già inclusi nello stesso processo di valutazione del personale *back office*) è stato dismesso al termine del 2022 in quanto è stato designato un nuovo modello di monitoraggio delle performance del personale di negozio che sia maggiormente allineato con le performance di business e con la natura delle loro mansioni. Per questo motivo, il precedente target sulla pipeline del field non è più misurabile e verrà ridefinito una volta che il nuovo modello sarà stato implementato.

18 - La *global engagement survey* viene svolta ogni due anni, pertanto i dati saranno disponibili per l'anno 2023.

19 - 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. Rispetto allo scorso anno, nel corso del 2022 tale tipologia di fornitura è stata attivata anche in Francia e Spagna.

20 - La quantità di batterie "risparmiate" all'anno 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.



VAI ALLA PAGINA
ASSOCIAZIONI,
RATING E INDICI ESG



VAI ALLA PAGINA
INDICE DEI CONTENUTI
DEI PRINCIPI DEL UN
GLOBAL COMPACT

IL COINVOLGIMENTO INTERNO SUI TEMI DI SOSTENIBILITÀ

Consapevoli dell'importanza del coinvolgimento interno per l'efficacia di una strategia di sostenibilità, promuoviamo diverse attività interne 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.

I Town Hall della sede Corporate e dei principali Paesi, eventi interni dedicati ai nostri dipendenti, prevedono periodicamente dei momenti di condivisione della nostra strategia di sostenibilità. Inoltre, in occasione dei vari programmi di *induction e onboarding* (come ad es. il Programma di Global Onboarding DaGO e le sessioni di *induction* previste dal Graduate Program), vengono organizzate specifiche sessioni di approfondimento sulla sostenibilità in Amplifon.

L'intera popolazione aziendale, grazie alla rassegna stampa interna *Good Morning Amplifon*, è informata sui principali macro-trend e novità in ambito ESG e, da inizio 2023, sulla intranet aziendale è stata lanciata anche la rubrica mensile "Sustainable Waves" per diffondere una maggiore consapevolezza sul nostro percorso di sostenibilità e fornire a ciascun dipendente gli strumenti necessari per contribuire direttamente al nostro sviluppo sostenibile. Infine, in occasione dell'aggiornamento dell'analisi di materialità 2022, un campione rappresentativo della popolazione aziendale di alcuni Paesi del Gruppo è stato coinvolto all'interno di un *focus group* per identificare i temi ESG maggiormente rilevanti per Amplifon.










21 - 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).

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 valore²¹: **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).

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

	PROCUREMENT & SUPPLY CHAIN	PRODUCT & SERVICE DEVELOPMENT	HEARING CARE PROVISIONING
 3 SALUTE E BENESSERE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
 5 PARITÀ DI GENERE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
 7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
 10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
 12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

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. Anche per questo **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 che riguardano i diritti umani e del lavoro, la tutela ambientale e a lotta alla corruzione. A prova del nostro impegno, nel 2022 abbiamo partecipato a due acceleratori organizzati dal Network Italia del UNGC sui temi dell'uguaglianza di genere e della lotta al cambiamento climatico.

WE EMPOWER PEOPLE
TO REDISCOVER
ALL THE EMOTIONS OF SOUND



PARTECIPAZIONE ALL'ACCELERATORE “TARGET GENDER EQUALITY” DI UNGC

Amplifon ha partecipato al primo acceleratore sull'uguaglianza di genere organizzato dal Network Italia di UNGC.

Target Gender Equality è un percorso di formazione di 9 mesi che fornisce alle aziende partecipanti le conoscenze e competenze necessarie per fissare e raggiungere ambiziosi obiettivi aziendali per l'uguaglianza di genere, in un'ottica di accrescimento dell'impatto sull'SDG 5 – Gender Equality dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Insieme alle altre aziende, Amplifon ha avuto l'opportunità di acquisire una chiara comprensione dei *Women's Empowerment Principles* (WEPs), partecipare a workshop di *capacity building* e incontri di apprendimento tra pari (peer-to-peer learning group) a livello nazionale, e di ascoltare testimonianze di esperti su come accelerare il progresso sull'uguaglianza di genere.

PARTECIPAZIONE ALL'ACCELERATORE “CLIMATE AMBITION ACCELERATOR” DI UNGC


Amplifon ha inoltre preso parte al primo acceleratore sul cambiamento climatico organizzato dal Network Italia di UNGC.

Climate ambition accelerator è un percorso di formazione di 6 mesi che intende fornire alle aziende partecipanti le conoscenze e competenze necessarie per fissare obiettivi per il Clima che siano *science-based*, favorire lo scambio di *best practices* ed il *peer-learning* con riferimento all'SDG 13, al fine di accelerare i progressi verso una *net-zero economy* entro il 2050.

In questo percorso Amplifon ha avuto l'opportunità di acquisire una chiara comprensione della *Science Based Targets Initiative* (SBTi) e del concetto di *net-zero*, sviluppare le proprie competenze per attrarre gli investitori, nonché motivare i leader aziendali, i dipendenti e gli azionisti sul Clima. I *workshop* organizzati sono inoltre stati opportunità di *networking* e per ascoltare le testimonianze di esperti.

ASSOCIAZIONI, RATING & INDICI ESG

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.

Rating & Indici	Score
 <p>Dal 2021 Amplifon è inclusa nel nuovo indice MIB ESG lanciato da Euronext e Borsa Italiana, il primo indice dedicato alle 40 <i>blue-chip</i> italiane che attuano le migliori pratiche ambientali, sociali e di governo d'impresa (ESG).</p>	
 <p>Anche nel 2022 Amplifon ha partecipato al <i>Corporate Sustainability Assessment 2022 (CSA)</i> di S&P migliorando lo Score totale da 55 a 64 in una scala 0-100, così come gli score di tutte le tre dimensioni principali: Governance & Economica (da 53 a 65), Ambientale (da 47 a 54), Sociale (da 58 a 65), risultando così in 9^a posizione nella classifica globale della Industry "<i>Health Care Providers & Services</i>". A seguito di questi risultati, anche quest'anno Amplifon è stata inclusa nel <i>Global Sustainability Yearbook 2023</i>, che include la classifica dei 708 top performer tra le oltre 7.800 aziende valutate dal CSA, ed è stata inoltre riconosciuta come <i>Industry Mover</i> avendo conseguito il miglioramento più significativo della Industry rispetto all'anno precedente.</p>	64
 <p>Per la prima volta nel 2022, Amplifon ha partecipato al questionario Climate change di CDP, Organizzazione non-profit che dal 2000 gestisce il più vasto database di emissioni di gas serra (Green house gas - GHG) a livello globale, ottenendo un C score in una scala da A a F, in linea con la media del settore.</p>	C
 <p>Anche nel 2022 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.</p>	AA
 <p>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, nel 2022 ad Amplifon è stato assegnato un ESG risk rating pari a 14,7/100 (Low risk).</p>	Low Risk
 <p>Il Corporate Rating di ISS ESG fornisce agli investitori una valutazione complessiva sulle performance e le opportunità ESG delle società. Nel 2022 ad Amplifon è stato assegnato un rating D+ (su una scala che va da D- a A+), e il trasparenza level è stato confermato di livello alto.</p>	D+
 <p>I FTSE4Good Index Series sono indici azionari lanciati dal FTSE Group che misurano le performance delle aziende in ambito ESG. Nel 2022 Amplifon ha incrementato il proprio ESG Rating a 2,8 (in una scala 0-5), superiore alla media della Industry <i>Health Care</i> (2,3).</p>	2,8
 <p>Nel 2022 Vigeo Eiris ha incrementato l'ESG Overall Score di Amplifon da 43 a 48 su una scala 0-100, attribuendo una performance ESG superiore alla media del settore in tutti e tre i pilastri ESG, e una posizione 10/49 all'interno del settore di riferimento (<i>Health Care Equipment & Services</i>).</p>	48
 <p>Standard Ethics, che valuta l'impegno delle aziende rispetto alle direttive e linee guida internazionali (es. UN, OCSE, UE), nel 2022 ha confermato uno Standard Ethics Rating ad Amplifon pari a E+, su una scala che va da F a EEE.</p>	E+

Associazioni

WE SUPPORT



In support of

**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office

valore^D
LA DIVERSITÀ
È POTENZA



Riconoscimenti



Così come lo scorso anno, abbiamo ricevuto la certificazione Top Employer 2023 sia per tutta l'Europa, che per Italia, Francia, Germania, Spagna e Portogallo. Inoltre, grazie alla nostra dedizione per migliorare continuamente l'ambiente di lavoro agli standard di Top Employer, quest'anno abbiamo ottenuto la stessa certificazione anche per Olanda, Stati Uniti e Nuova Zelanda. Il riconoscimento è un ulteriore passo lungo il percorso di trasformazione intrapreso verso lo sviluppo di un vero *Winning Workplace*.



Amplifon ha ottenuto la Gender Equality Certification di Winning Women Institute, certificazione prima del suo genere in Italia, che riconosce l'impegno di lungo corso delle aziende italiane nella valorizzazione e nell'inclusione delle diversità.



Amplifon è stata riconosciuta come migliore società in Europa in Investor Relations nel settore "*Pharmaceutical & Healthcare*" nell'ambito dell'edizione 2022 della prestigiosa classifica "All-Europe Executive Team" di Institutional Investor, istituto di ricerca indipendente nell'ambito della finanza internazionale.



Tramite il conferimento del label ESG Identity - IGI COMPANY 2022, a giugno 2022 Amplifon si è posizionata 23esima su 86 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.



Anche a inizio 2023 Amplifon è stata inclusa nella "2023 Top-rated ESG Companies List" di Sustainalytics, che ha valutato oltre 15.000 aziende di 42 settori sulla base del loro rating di rischio ESG e ha selezionato quelle con i rating e le performance ESG migliori.



Per il 2022, 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.



Per il terzo anno consecutivo, Amplifon è stata inclusa nel ranking di Le Point che indica le aziende più responsabili. Siamo risultati ottavi nel settore "*Commerce & Distribution*". Questo riconoscimento sottolinea il lavoro che Amplifon ha svolto fino ad ora in favore della sostenibilità.



Amplifon è stata inclusa tra le 360 "Italy's Best Employers for Women 2023", a seguito di un'indagine basata sul social listening in Italia promossa dall'Istituto tedesco ITQF e La Repubblica Affari&Finanza.



Amplifon è stata inserita nella classifica 2023 de "Le aziende più attente al clima", stilata dal Corriere della Sera in collaborazione con Statista, e tra gli «Europe Diversity Leaders», dal Financial Times in collaborazione con Statista.



02

Product & Service Stewardship

Facciamo leva sulle nuove tecnologie digitali per innovare, rivoluzionare e arricchire l'esperienza audiologica offerta ai nostri clienti





2.1 INNOVAZIONE E TECNOLOGIA PER UN'ESPERIENZA STRAORDINARIA

Grazie a competenze e tecnologie sempre più avanzate, miriamo a rivoluzionare il settore dell'*hearing care* offrendo una *value proposition* completa, coin-volgente e personalizzata, composta da prodotto, servizio ed 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.

Dopo il successo dei lanci in Italia, Francia, Germania, Olanda, Stati Uniti (Miracle-Ear), Australia, Regno Unito, Belgio, Portogallo, Nuova Zelanda e Spagna nel periodo 2018-2021, il piano di roll-out dell'APE è proseguito anche nel 2022 raggiungendo due nuovi mercati (Svizzera e Amplifon Hearing Health Care negli Stati Uniti) e un tasso di penetrazione pari a circa il 95% del venduto, nei Paesi in *scope*, sul mercato privato e *paid-up*, per un totale di **12 Paesi coinvolti**. In particolare, dopo il successo del lancio in Spagna, il nuovo **packaging eco-sostenibile dei prodotti a marchio Amplifon** in carta 100% riciclabile (nuovo Cubo All-in-One) è stato lanciato anche nei mercati chiave Italia, Francia, Germania e Svizzera, e verrà progressivamente lanciato in nuovi Paesi durante la prima parte del 2023.

■ I PRODOTTI A MARCHIO AMPLIFON

La linea di prodotti a marchio Amplifon continua a costituire un elemento portante del nostro programma di innovazione tecnologica. Grazie alla costante introduzione delle più recenti e migliori tecnologie, 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.

~95%

IL TASSO
DI PENETRAZIONE DI APE
RAGGIUNTO NEL 2022
PER I PAESI IN SCOPE



VAI ALLA PAGINA
IL PACKAGING ECO-
SOSTENIBILE DEI PRODOTTI
AMPLIFON



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 costituisce il primo punto di contatto con i consumatori, permette di controllare e gestire le numerose funzionalità dei dispositivi acustici in tempo reale direttamente dallo smartphone, sfruttando al massimo le potenzialità del dispositivo acustico e migliorando così l'esperienza uditiva. Per mezzo dell'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. Attraverso un algoritmo di intelligenza artificiale, il **Companion**, una funzionalità esclusiva dell'App Amplifon, analizza in tempo reale i dati di utilizzo del dispositivo: sfruttando un modello predittivo è in grado di fornire suggerimenti relativi alla sostituzione delle batterie oppure 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, la cui penetrazione²² ha raggiunto circa il 22% nel 2022, 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 e coinvolgente. Un avanzato sistema di gestione dei dati, raccolti sia dall'esperienza virtuale che in negozio, ci permette così di costruire una mappa dei comportamenti in grado di guidare la nostra offerta nella direzione determinata dal cliente.



~22%

IL TASSO
DI PENETRAZIONE
DELL'APP AMPLIFON
NEL 2022



APPROFONDISCI
LE FUNZIONALITÀ
DELL'APP AMPLIFON

22 - 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. Facendo leva su un solido *know-how* tecnico e su elevate competenze comunicative, 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 360**²³, 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 con il supporto di applicazioni digitali che, tramite un'interfaccia video, consentono al cliente di vivere **un'esperienza immersiva**, comprendendo le proprie esigenze uditive e i benefici possibili dalle varie soluzioni offerte. A testimonianza dei benefici apportati, il protocollo Amplifon 360 ha ottenuto l'approvazione della Società Italiana di Audiologia e Foniatria (SIAF), nonché il relativo brevetto americano, australiano, ed europeo che ne certificano l'unicità e l'innovatività, e ne dimostrano l'importanza nell'evoluzione della tecnica audioprotesica.

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



APPROFONDISCI
LE FASI DEL PROTOCOLLO
AMPLIFON 360

■ AMPLI-CARE

Ampli-care è la nostra nuova piattaforma in grado di offrire un'esperienza audiologica rivoluzionaria e personalizzata, sia durante le visite all'interno dei nostri negozi che fuori, in ogni momento della *customer journey*. Grazie all'ineguagliabile quantità e qualità dei dati che possediamo e alle migliori tecnologie digitali, il *roll-out* di Ampli-care è iniziato consentendoci di offrire ogni giorno un'esperienza unica, innovativa e coinvolgente, in grado di supportare al meglio i nostri clienti in un percorso audiologico fluido e senza interruzioni su tutti i *touchpoint*.

ESPERIENZA IMMERSIVA

I nostri negozi saranno dotati di una strumentazione diagnostica innovativa (**Otopad**, il primo e unico audiometro su Ipad), il cui *roll-out* ha già raggiunto circa 70 negozi in Italia e proseguirà anche all'estero, partendo dagli Stati Uniti. Tramite questo strumento iOS-based per la valutazione delle capacità uditive, sviluppato internamente su una nuova tecnologia proprietaria, siamo in grado di fornire esperienze *touch-based* interattive e coinvolgenti, effettuare test audiologici sofisticati e identificare chiaramente le esigenze del cliente. Il loro utilizzo, oltre a consentire la standardizzazione della qualità del servizio offerto ad altissimi livelli e l'ottimizzazione del tempo dei nostri audioprotesisti, permette di svolgere anche visite e attività di *follow-up* all'esterno del negozio.

A supporto di ciò, i nostri negozi saranno progressivamente caratterizzati da un **nuovo store format** in grado di offrire al cliente un'esperienza unica e immersiva, rafforzando il nostro marchio globale anche attraverso un design architettonico innovativo. Già implementato in alcuni negozi nei principali Paesi europei nel corso del 2022, il *roll-out* del nuovo formato di negozio continuerà nei prossimi anni come parte integrante del nostro programma di rinnovamento interno grazie ad un design modulare e scalabile per adattarsi alle esigenze di tutti i diversi punti vendita nel mondo.



SOLUZIONI IPERPERSONALIZZATE

Grazie all'adozione di tecnologie che favoriscono una conoscenza approfondita a 360° del singolo cliente tramite un approccio *omnichannel*, Ampli-care fornisce sempre più elementi ai nostri audioprotesisti per consentirgli di offrire un servizio e un'esperienza iperpersonalizzata. Ampli-care li supporta quindi anche nell'individuazione della migliore soluzione per ciascun cliente attraverso un sistema proprietario chiamato **solution builder engine**, alimentato da intelligenza artificiale e già presente in alcuni negozi in Spagna. Questo sistema consente 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 e su altri *touchpoint*.

SUPPORTO SEMPRE CONNESSO

Grazie a un complesso **sistema di monitoraggio e assistenza da remoto**, i nostri audioprotesisti sono sempre connessi per intercettare modalità di utilizzo del prodotto e specifiche esigenze da parte dei nostri clienti, in modo da supportarli anche nei momenti in cui non sono presenti in negozio. In futuro la nostra assistenza sarà fornita anche da remoto tramite sistemi di videochiamata volti ad effettuare aggiustamenti del *fitting* degli apparecchi acustici a distanza. Inoltre, sia i *caregiver* che gli otorinolaringoiatri, profili determinanti nel processo di adozione delle soluzioni acustiche, giocheranno un ruolo più attivo: i primi 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.

AMPLIFON X

Amplifon X è la nuova *start-up* interna del Gruppo interamente focalizzata sulla strategia di innovazione digitale di Amplifon. Amplifon X è responsabile del software design e dello sviluppo *end-to-end* di soluzioni digitali altamente innovative per potenziare il servizio offerto in negozio e, soprattutto, da remoto. Con un team di oltre 60 persone e facendo leva su importanti collaborazioni con realtà accademiche riconosciute in tutto il mondo, Amplifon X ci permette di continuare a ridefinire gli standard dell'esperienza audiologica a livello globale, consolidando l'importante vantaggio competitivo della Società e creando un'esperienza unica e non replicabile per i nostri clienti e audioprotesisti.

■ LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

Per comprendere meglio le aspettative dei clienti e offrire loro un livello di servizio ancora più soddisfacente, siamo impegnati in un programma per la raccolta e la gestione dei feedback ricevuti dai clienti nel cui contesto 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 d'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).

Nel 2021 il nuovo processo è stato interamente rivisto in termini di automatizzazione, modalità e frequenza di misurazione, e nel corso del 2022 è stato terminato il piano di *roll-out* per gli **11 Paesi attualmente in scope**, tra cui mercati importanti come Italia, Francia, Spagna, Germania e Australia. Inoltre, abbiamo iniziato a disegnare azioni "*close the loop*" per la gestione dei clienti *promoters* e di quelli *detractors*, con l'obiettivo di sviluppare piani d'azione volti a colmare eventuali divari identificati e migliorare ulteriormente la *customer journey*.

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 sviluppare una più profonda conoscenza del cliente e del suo percorso di acquisto e fidelizzazione. Il programma di ricerca della cattedra intende esplorare strumenti come il *machine learning* e l'intelligenza artificiale per comprendere a fondo il modo in cui il consumatore reagisce alle diverse comunicazioni dell'azienda, e definire poi attività di marketing che creino maggiore valore non solo per l'impresa, ma anche per il cliente.

La cattedra, inaugurata con l'anno accademico 2021-2022, prevede un intenso programma di ricerca e iniziative che coinvolgono gli studenti in sfide didattiche, mettendoli in contatto diretto con la nostra realtà, a testimonianza dell'impegno e dell'attenzione del Gruppo verso giovani talenti e la loro formazione.



2.2 ACCESSIBILITÀ A PRODOTTI E SERVIZI

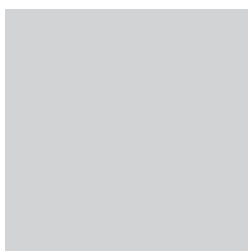
Cerchiamo di rendere sempre accessibile e disponibile la cura dell'udito, facilitando il superamento degli ostacoli che impediscono alle persone di rivolgersi alla consulenza di un esperto per migliorare il loro benessere uditivo, e moltiplicando la nostra presenza globale e digitale.

■ UN NETWORK DISTRIBUTIVO CAPILLARE

Grazie al nostro network distributivo, siamo **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. Nel 2022 abbiamo continuato la nostra espansione in Cina raggiungendo una rete complessiva di oltre 160 punti vendita in un mercato che rappresenta un'opportunità considerevole, dato l'elevato profilo di crescita atteso. Inoltre, sono continuate 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"*. Con circa 3.400 *shop-in-shop e corner* Amplifon collocati in punti vendita di terzi come farmacie, ottiche e ambulatori medici, cerchiamo di raggiungere le persone con calo uditivo anche nelle zone rurali o con una bassa densità di popolazione, e grazie a visite a domicilio serviamo i clienti con ridotta mobilità che non possono recarsi fisicamente in negozio.

■ LA NUOVA ESPERIENZA DI NEGOZIO

I nostri negozi, che rappresentano il primario punto di contatto del *customer journey*, 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. Nel corso del 2022 abbiamo lanciato in alcuni negozi dei principali Paesi europei, un nuovo store format immersivo creato per offrire un'esperienza più coinvolgente ai nostri consumatori, attraverso un nuovo design architettonico che limita il più possibile le barriere. Infatti, il nuovo formato si concentra sull'area retail, composta dall'area di accoglienza e attesa, con l'esposizione dei nostri prodotti, e sulla *Solution Room*, dove il cliente rimane al centro, tra il *caregiver* e l'audioprotesista, godendo di un'esperienza immersiva anche tramite elementi visivi e digitali. Al fine di facilitare ulteriormente 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*.



+9.300

PUNTI VENDITA
TOTALI

+160

NEGOZI
RAGGIUNTI IN CINA



APPROFONDISCI
UN APPROCCIO DATA
DRIVEN PER SOLUZIONI
SEMPRE PIÙ DIGITALI E
COINVOLGENTI

~289

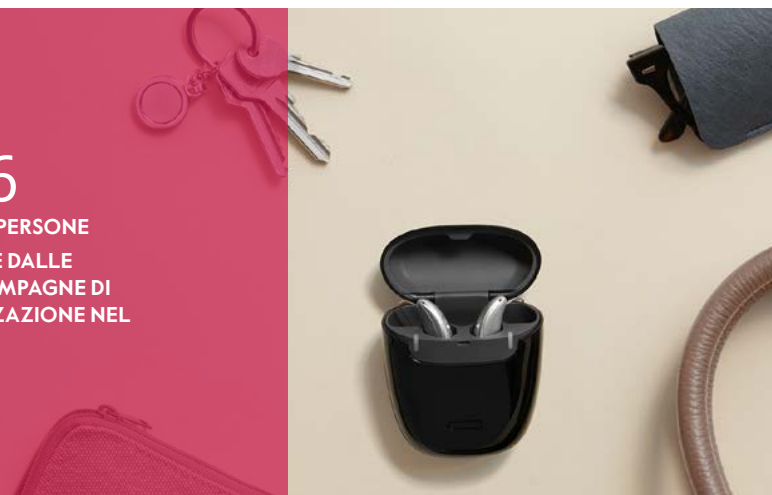
MILIONI DI EURO

IL RISPARMIO
ECONOMICO GENERATO
NEL 2022 GRAZIE AI TEST
DELL'UDITO GRATUITI

~156

MILIONI DI PERSONE

RAGGIUNTE DALLE
NOSTRE CAMPAGNE DI
SENSIBILIZZAZIONE NEL
2022



■ UN SERVIZIO DIGITALE FRUIBILE

Così come i nostri siti consumer 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 vivere una nuova esperienza uditiva più accessibile e coinvolgente. Oltre al controllo delle funzioni del dispositivo acustico in tempo reale, tra i servizi direttamente accessibili dallo smartphone vi sono la prenotazione online di un appuntamento in negozio e il "Companion", un supporto fondamentale soprattutto per il primo periodo di utilizzo del dispositivo. In questo modo supportiamo i nostri clienti anche da remoto, **umentando la fruibilità dei nostri servizi**, anche grazie a video tutorial integrati all'interno dell'App Amplifon per la risoluzione di piccole problematiche e percorsi rapidi di navigazione intuitivi.

■ UNA COMUNICAZIONE DIGITALE MIRATA

Il sito web Amplifon.com è in prima posizione per traffico organico nel settore *hearing care* in 7 dei nostri 8 principali mercati e, insieme agli altri nostri canali di comunicazione digitale come i social, coinvolge costantemente sia i nostri clienti sia i *caregivers*, ovvero amici e familiari di chi presenta carenze uditive, per contribuire al superamento dei pregiudizi e degli ostacoli psicologici che impediscono alle persone con calo dell'udito di riscoprire il piacere di sentire. Riconoscere, interpretare e comprendere quando le persone care mostrano i primi segni di calo uditivo può aiutare a comunicare meglio con loro e a cercare aiuto per migliorare le loro interazioni con il mondo circostante. Per questo, nel solo 2022 **le nostre campagne di sensibilizzazione sull'importanza della cura dell'udito hanno raggiunto circa 156 milioni di persone over 55**, e i nostri siti web hanno sezioni dedicate che forniscono ai *caregivers* informazioni su come identificare amici o familiari che potrebbero avere difficoltà uditive.

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.

■ LE NOSTRA PRESENZA NELL'EHIMA

Per mezzo di specifiche procedure in essere nei vari Paesi, garantiamo il presidio delle tematiche relative alla qualità dei prodotti e alla sicurezza dei clienti secondo le normative vigenti. Dal 2019 siamo 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.

■ QUALITÀ DEI PRODOTTI

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, il fornitore è tenuto a adottare immediatamente gli opportuni provvedimenti, che possono dare luogo all'eventuale richiamo del prodotto in questione col supporto del distributore, come previsto dalla normativa.

■ 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 e calibrazione 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.

MARCHIO "CE"

OTTENUTO DALL'APP
AMPLIFON PER L'EUROPA

APPROVAZIONE FDA

OTTENUTA DALL'APP
AMPLIFON PER GLI
STATI UNITI

■ CONFORMITÀ AL REGOLAMENTO DISPOSITIVI MEDICI

Ci siamo dotati 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 come 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 2022 sono proseguite le attività di monitoraggio relative alle procedure introdotte nei diversi Paesi europei e, al tempo stesso, sono state introdotte le procedure necessarie per agire in compliance con il nuovo Regolamento Dispositivi Medici del Regno Unito.

■ CERTIFICAZIONE DELL'APP AMPLIFON

Amplifon è produttore dell'App Amplifon, un dispositivo medico marcato CE sviluppato internamente, distribuito a partire dal 2019 in diversi Paesi UE e APAC, e in America con il marchio Miracle-Ear con approvazione della FDA (Food and Drug Administration). L'App Amplifon ha inoltre ottenuto la certificazione **MDR (Regolamento Europeo dei Dispositivi Medici)** per i dispositivi medici. Per ottenere il marchio CE, Amplifon ha creato il proprio *Quality Management System* per soddisfare i requisiti della ISO 13485:2016 e del regolamento MDR, adottando una serie di procedure operative, alcune finalizzate alla prevenzione e gestione di eventuali incidenti, tra cui:

- "Standard Operating Procedure for Field Safety Notice and Recall", per fornire istruzioni sul richiamo del dispositivo medico e avvisare le autorità competenti relativamente ai rischi alla salute degli utilizzatori dell'App Amplifon;
- "Standard Operating Procedure for Customer Feedback and Complaint Handling", per la gestione dei feedback e dei reclami relativi ai servizi digitali erogati dall'App Amplifon;
- "Standard Operating Procedure for Vigilance and Incident Reporting", per valutare se i malfunzionamenti dei dispositivi medici debbano essere riportati all'Autorità Competente;
- "Standard Operating Procedure for Corrective Action and Preventive Action Management", per la gestione di eventuali anomalie in prodotti e processi relativi al sistema qualità dell'App Amplifon.

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.

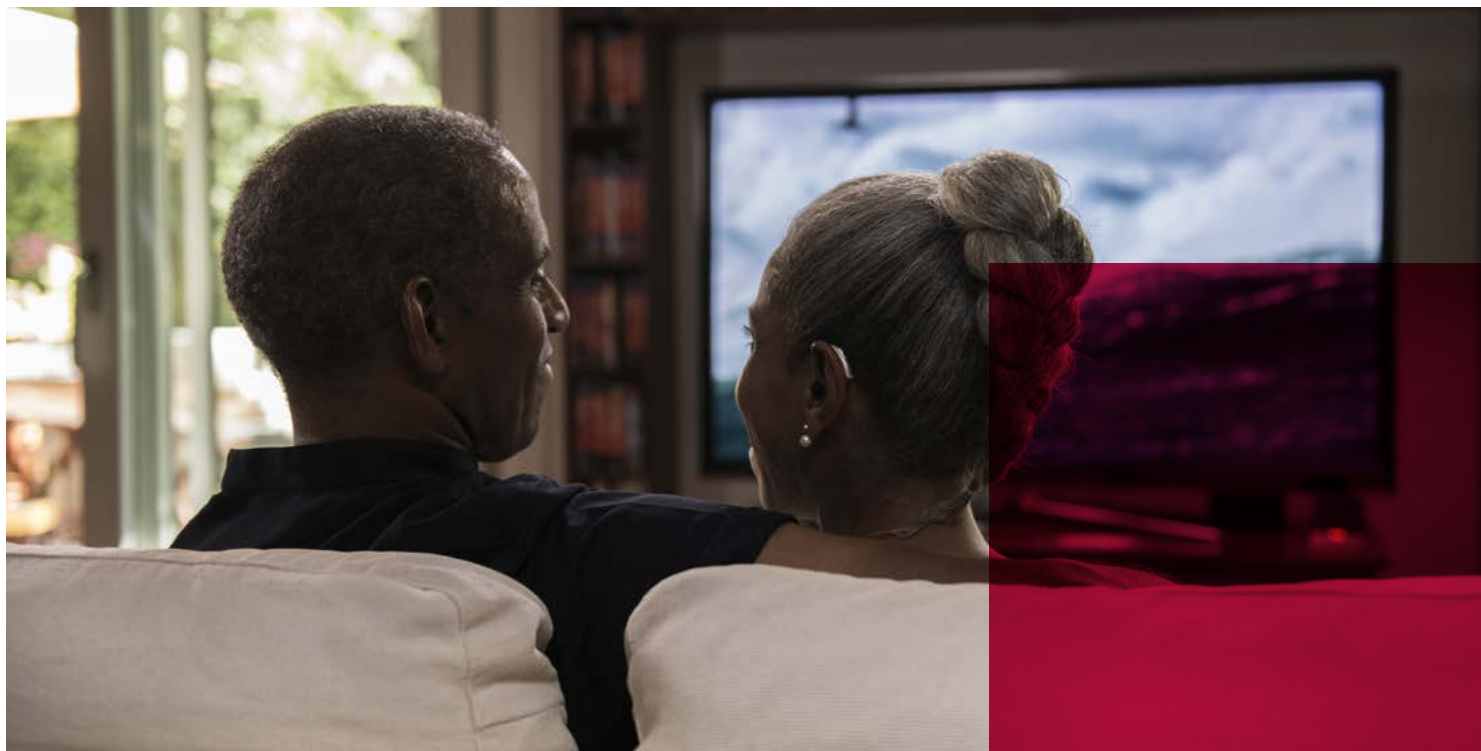
2.4 PRIVACY DEI DATI E CYBERSECURITY

Proteggere i dati - personali e non personali - che trattiamo per erogare il miglior servizio possibile ai nostri clienti è per noi più di una priorità: è una condizione imprescindibile per meritare la fiducia che le persone ci danno quotidianamente, nonché per offrire loro i servizi più innovativi e le soluzioni più avanzate.

LA TUTELA DELLA PRIVACY

■ GOVERNANCE E CONFORMITÀ

Anche alla luce della sempre più crescente importanza che i governi di tutto il mondo e le persone attribuiscono alla propria privacy, investiamo continuamente nell'implementazione di misure tecniche ed organizzative atte a proteggere il grande quantitativo di dati personali e c.d. "sensibili" (in particolare, dati sanitari) che i nostri clienti ci affidano. Ci siamo dotati, sia nelle strutture centrali che nei punti vendita, di una serie di strumenti di gestione finalizzati all'applicazione dei principi e rispetto dei requisiti previsti dalle normative sovranazionali e nazionali in materia di protezione dei dati personali a cui siamo soggetti (ad es. il **Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati - GDPR**). Al fine di assicurarne la piena e corretta implementazione e l'efficacia di queste misure, eseguiamo controlli periodici attraverso la funzione Corporate Legal (verifiche di secondo livello), e attraverso la funzione di Internal Audit (verifiche di terzo livello).



■ PRIVACY POSTURE

Nel corso del 2022, le attività implementate per **migliorare la *privacy posture*** di Amplifon sono state numerose, tra le più rilevanti:

- la progettazione, l'implementazione e il lancio in alcuni Paesi europei di un sistema di anonimizzazione automatica dei dati dei clienti che non risultano più necessari per il raggiungimento delle finalità per cui in origine sono stati raccolti;
- la preparazione di un training specifico da erogare nella prima parte del 2023 a tutti i dipendenti operanti in Europa;
- l'implementazione della soluzione di *Privacy Management* di *OneTrust* nella regione EMEA;
- la predisposizione e l'adozione di linee guida volte a migliorare i processi aziendali ritenuti particolarmente delicati da un punto di vista della privacy, come le attività di marketing e di call center;
- valutazioni di impatto dei trattamenti che prevedano l'uso di nuove tecnologie o con potenziale rischio elevato per i diritti e le libertà delle persone fisiche;
- la revisione e l'aggiornamento di alcune importanti procedure facenti parte del Privacy Framework di Gruppo;
- l'avvio di un'attività di *risk assessment* utile alla valutazione delle terze parti che trattano dati personali in nome e per conto di Amplifon.

■ PRIVACY BY DESIGN

Abbiamo continuato a lavorare con un grande focus sulla strategia d'innovazione della *customer experience* tenendo in considerazione, nel rispetto del concetto della ***privacy by design***, quelli che sono i principi e i requisiti privacy necessari per garantire una concreta ed efficace protezione dei dati personali trattati, nonché per assicurare ai nostri clienti un effettivo controllo sulle loro informazioni personali.

+1.200

ORE TOTALI

DI TRAINING SU PRIVACY E
GDPR EROGATE NEL 2022 PER
OLTRE 1.100 DIPENDENTI

IL RAFFORZAMENTO DELLA CYBERSECURITY

■ GOVERNANCE

Nel corso del 2022 il **team cyber security** è stato ulteriormente ampliato, sia a livello Corporate sia regionale, garantendo una copertura più estesa, multi-continente e verticale sulle tematiche security e processi trasversali, definiti secondo un approccio *risk-based*, volti a creare responsabilità condivise e collaborazione attiva tra le varie funzioni. Il **Comitato Strategico di Cybersecurity**, di cui fanno parte le principali funzioni, ha continuato ad incontrarsi nel 2022 per la condivisione e l'indirizzamento delle tematiche strategiche di sicurezza, dei principali scenari di rischio ed eventi cyber che hanno coinvolto l'azienda stessa o realtà simili, nonché per la valutazione e il monitoraggio continuo delle attività svolte.

■ CYBER CULTURE

Per promuovere e diffondere ulteriormente la **cyber culture** all'interno dell'azienda, nel 2022 si è deciso d'investire sul fattore umano, insieme a quello tecnologico, per mezzo di un piano di *awareness* e training finalizzato alla definizione dei comportamenti virtuosi attesi dai dipendenti, nonché un piano di *phishing simulation*:

- sono stati erogati **micro-training** sotto forma di "pillole" che mirano all'immediatezza della comprensione, ma al contempo alla completezza dei contenuti, guidando l'utente nell'esecuzione delle proprie attività quotidiane, senza mai dimenticare l'importanza di proteggere ed essere responsabili con le informazioni trattate;
- in alcuni Paesi è stato erogato un **Cyber Coaching Plan** interattivo che consente all'utente di ricevere direttamente sul suo computer consigli utili di sicurezza, contestuali ai comportamenti che sta adottando sul suo *device* nello svolgimento delle proprie attività lavorative, nonché accedere a contenuti sui processi messi in atto dall'azienda per garantire un network più sicuro;
- sono stati promossi alcuni contenuti aggiuntivi di *awareness-raising* secondo un approccio *risk-based* sulla base dei tentativi di attacco concretizzatisi e accuratamente gestiti;
- lo svolgimento di diverse campagne di **phishing simulation**, che hanno avuto come target tutta la popolazione aziendale oppure specifici Paesi, volte a monitorare il comportamento degli utenti nei confronti delle simulazioni, in modo tale da fornire loro materiali formativi aggiuntivi in caso di comportamento errato.

■ THREAT INTELLIGENCE

Nel 2022 è stata avviata un'attività periodica di **threat intelligence**, atta a monitorare le evoluzioni degli scenari geopolitici ed economici che portano al concretizzarsi di specifici rischi cyber. L'identificazione preventiva degli scenari effettivi di rischio e delle relative principali minacce per l'azienda ha consentito di prioritizzare le attività di mitigazione e intervento, in linea con il panorama cyber esistente, di sanare le vulnerabilità che normalmente vengono sfruttate dai criminali per eseguire i loro attacchi, e di pianificare ed eseguire attività di *penetration test* su applicazioni e siti web aziendali per identificare eventuali vulnerabilità, sanandole in maniera preventiva.

■ IL FATTORE TECNOLOGICO

Sono continuati gli investimenti nell'architettura ICT e le implementazioni di controlli di security protection/detection/response contro le nuove minacce alla sicurezza informatica, contribuendo così alla trasformazione digitale di Amplifon. L'implementazione di una soluzione di **"users and credentials monitoring"** ha consentito di avviare attività di monitoraggio continuo sulle utenze degli utenti Amplifon, evidenziando eventuali coinvolgimenti in *data breach* o esposizioni nel *dark web*, e di definire un processo atto a garantire il reset tempestivo delle credenziali interessate.

■ CERTIFICAZIONI CYBER

Nel 2022 il team cyber security si è impegnato per garantire il raggiungimento e il mantenimento continuo del **rating di sicurezza A di Amplifon per Security Scorecard**, piattaforma indipendente che, attraverso l'analisi di informazioni open-source, pubblicamente disponibili sul web e facilmente attaccabili, offre la possibilità di ottenere una panoramica del proprio livello di sicurezza. Inoltre, sono continuate le attività atte all'ottenimento della certificazione **ISO27001** (per la Corporate) e HiTrust, alla luce della **certificazione SOC2 già valida negli Stati Uniti**, ed è stato avviato un processo di formalizzazione del Framework Documentale di Information Security, volto a regolamentare i processi di sicurezza che coinvolgono persone e tecnologie, garantendo un re-design dei processi in essere in ottica migliorativa e di conformità agli standard.



**RATING DI
SICUREZZA A**

PER SECURITY
SCORECARD

+7.300

ORE TOTALI

DI TRAINING SULLA CYBERSECURITY
EROGATE NEL 2022 PER OLTRE 8.900
DIPENDENTI



03

People Empowerment

Investiamo nella crescita dei nostri talenti, facendo delle nostre differenze i nostri principali punti di forza per un continuo arricchimento





3.1 LE PERSONE ALLA BASE DEL NOSTRO SUCCESSO

Crediamo fermamente che le nostre persone, qualunque sia il loro ruolo all'interno dell'organizzazione, rappresentino l'asset più importante per il nostro successo.

LA NOSTRA STRATEGIA HR

La rapida crescita del nostro Gruppo, e la volontà di rafforzare ulteriormente la nostra leadership nel mercato mondiale dell'*hearing care*, ci hanno spinto a definire una Strategia HR globale in grado di gestire le sfide poste da uno scenario sempre più complesso e dinamico, nonché di contribuire efficacemente al raggiungimento degli obiettivi di business, facendo leva sulla professionalità e sul talento di tutte le nostre persone.



HIGH PERFORMING ORGANIZATION

Organizzazione altamente efficace e competente che contribuisce al raggiungimento di eccellenti risultati di business



PEOPLE EXCELLENCE

Solida pipeline di talenti per vincere le sfide di business presenti e future



WINNING CULTURE

Cultura aziendale unica e distintiva come elemento vincente nel mercato





SIAMO “TOP EMPLOYER 2023”

A fine 2022 abbiamo ottenuto per il secondo anno consecutivo il riconoscimento di “**Top Employer**” in Europa - in particolare in Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Germania e Olanda - nonché per la prima volta anche negli Stati Uniti e in Nuova Zelanda.

“Top Employer” è il riconoscimento ufficiale delle eccellenze aziendali nelle politiche e strategie per lo sviluppo delle risorse umane e per il miglioramento dell’ambiente di lavoro. Creato da Top Employers Institute, nel 2022 il programma ha visto certificate e classificate oltre 2.000 aziende in 121 Paesi. Solo le aziende che soddisfano gli standard più elevati in sei macroaree (people strategy, ambiente di lavoro, acquisizione di talenti, formazione, diversità e inclusione, benessere) possono ottenere la certificazione.

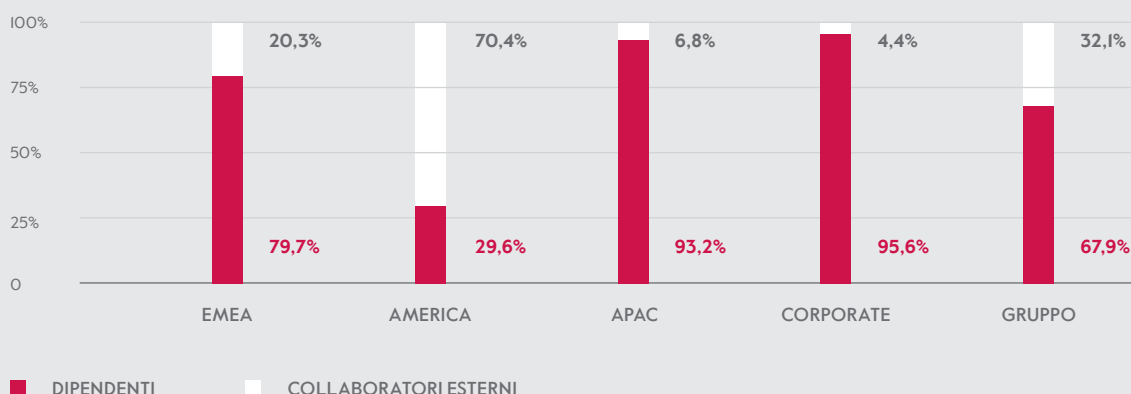
Crediamo profondamente che la chiave per avere successo risieda sia nel garantire soluzioni e servizi eccezionali ai nostri clienti, sia nell’offrire un’esperienza di lavoro di alta qualità alle nostre persone. Per questa ragione continuiamo a lavorare per rendere l’esperienza in Amplifon davvero unica. Questo riconoscimento conferma il nostro continuo impegno nel garantire alle nostre persone la migliore esperienza possibile, grazie alle nostre politiche e alla nostra filosofia volta a creare un ambiente di lavoro vincente (winning workplace).



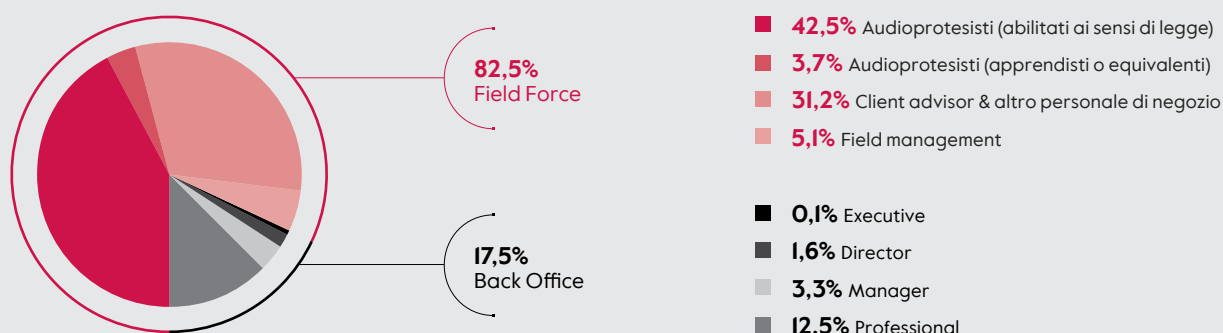
LE PERSONE DI AMPLIFON

Al fine 2022 la forza lavoro di Amplifon risulta composta da circa 19.440 persone (dipendenti e collaboratori non dipendenti), in aumento di quasi il 5% rispetto al 2021. Di questi, **13.195 sono dipendenti diretti di Amplifon**, anch'essi in aumento di circa il 5% rispetto al 2021 e di circa il 20% rispetto ai livelli pre-pandemia del 2019, distinti tra *field force*, ovvero la forza vendita che opera nei punti vendita dislocati sul territorio (circa l'82,5% dei dipendenti), e *back office* (circa il 17,5% dei dipendenti). Rispetto al totale della forza lavoro, che comprende anche oltre 6.200 collaboratori non dipendenti, **gli audioprotesisti rappresentano la categoria più numerosa**, ovvero quasi il 50%, divisi tra audioprotesisti dipendenti (6.102) e non dipendenti. A tutti i dipendenti sono assicurate pari opportunità e condizioni di lavoro eque: a conferma di ciò, **le donne sono presenti in maniera consistente nell'intera organizzazione**. Esse rappresentano infatti oltre il 72% dei dipendenti totali (in particolare quasi il 77% della *field force* e circa il 52% del *back office*) e oltre il 44% di tutte le posizioni manageriali. Inoltre, **quasi la metà dei dipendenti ricopri ruoli STEM**²⁴, e tra questi quasi il 67% sono donne.

DIPENDENTI E COLLABORATORI ESTERNI PER AREA GEOGRAFICA 2022 (%)

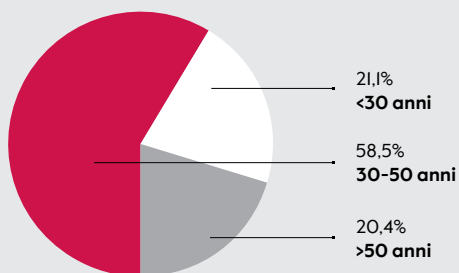


DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE 2022 (%)

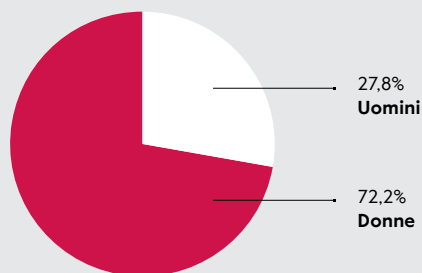


24 - I ruoli STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics) fanno riferimento a quelli in ambito scientifico, tecnologico, ingegneristico e matematico, tra cui le funzioni IT, digital, finance, medical, ecc. di Amplifon.

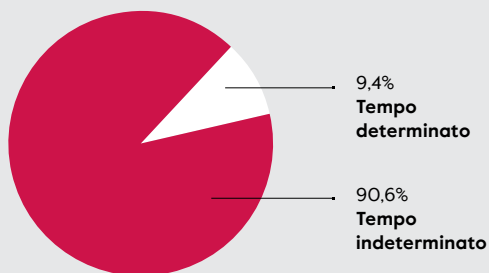
**DIPENDENTI
PER FASCIA DI ETÀ 2022 (%)**



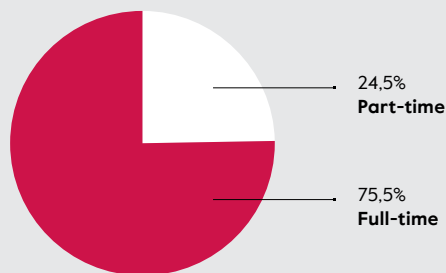
**DIPENDENTI
PER GENERE 2022 (%)**



**DIPENDENTI
PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO
DI LAVORO 2022 (%)**



**DIPENDENTI
PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO
2022 (%)**



13.195

**dipendenti
(+5% vs 2021)**

+72%

**di donne tra i
dipendenti 2022**

+44%

**di donne
nelle posizioni
manageriali**

~19.400

**forza lavoro 2022
(+5% vs 2021)**

~9.700

**audioprotesisti
totali
(+2% vs 2021)**

~48%

**dei dipendenti
ricopre ruoli STEM**



DIVERSITÀ, INCLUSIONE E PARI OPPORTUNITÀ

■ DEIB POLICY E GOVERNANCE

A luglio 2022 abbiamo formalizzato la nostra **Policy DEIB (Diversity, Equity, Inclusion, Belonging)** che, valida per tutto il Gruppo, consolida l'importanza che attribuiamo a un ambiente di lavoro imparziale, equo e inclusivo a cui tutti "appartengono", nonché la rilevanza delle diversità per lo sviluppo di carriera e del business. L'obiettivo principale della Policy è di stabilire le priorità e l'impegno di Amplifon, nei confronti degli stakeholder e a ogni livello organizzativo, in materia di diversità. In Amplifon la valorizzazione delle persone, delle loro diversità e le politiche di inclusione costituiscono un ingrediente essenziale sia della strategia HR, che della strategia di sostenibilità del Gruppo. Infatti, a partire da inizio 2023 è stata costituita una **Global Governance per le tematiche DEIB**, che consentirà di indirizzare l'agenda DEIB a livello globale individuando obiettivi condivisi e guidando vari gruppi di lavoro. Questa struttura, presidiata da un comitato ad hoc composto da membri dell'Executive Leadership Team, monitorerà gli avanzamenti dei gruppi di lavoro e l'allineamento delle attività già attive nei vari Paesi, collegati alle esigenze locali, alla strategia globale.

■ PRINCIPI E VALORI

Come espresso nella Policy DEIB, nel Codice Etico di Gruppo e nella Policy di Sostenibilità, e in linea con i principi del UN Global Compact, **in Amplifon la Diversità e l'Inclusione rappresentano opportunità di arricchimento e innovazione** fondamentali per assicurare lo svolgimento delle attività di business in maniera solida e sostenibile. Una popolazione aziendale diversificata costituisce la chiave per costruire un'organizzazione in grado di adattarsi all'evoluzione del contesto circostante e raggiungere performance sempre superiori. Per questo, i nostri percorsi manageriali (es. Be Manager) includono sezioni specifiche su come **valorizzare le caratteristiche uniche di ognuno** e su come creare un ambiente aperto al confronto e alla condivisione di opinioni ed esperienze diverse, utilizzando strumenti e metodologie globalmente riconosciute (ad es. il Clifton Strengths Assessment).

Il Gruppo non esercita e non ammette al proprio interno alcun comportamento discriminatorio in materia di impiego e occupazione, che sia esso basato sulle opinioni politiche e sindacali, la religione, la razza, la nazionalità, l'età, il sesso, l'orientamento sessuale, lo stato di salute, la disabilità o qualsiasi caratteristica intima della persona umana. Nelle relazioni di lavoro interne ed esterne il Gruppo esige che non venga dato luogo a molestie, inclusa la creazione nell'ambiente di lavoro di un clima intimidatorio, ostile o di isolamento, e l'ostacolo a prospettive di lavoro individuali per motivi che non siano quelli legati alla competenza professionale.



APPROFONDISCI
POLICY DEIB

~310

DIPENDENTI

APPARTENENTI
A CATEGORIE
PROTETTE O CON
DISABILITÀ

+2.600

ORE DI TRAINING TOTALI

SU DIVERSITY &
INCLUSIONE E NON
DISCRIMINAZIONE
EROGATE NEL 2022

+100

NAZIONALITÀ

RAPPRESENTATE
NELLA NOSTRA
POPOLAZIONE
AZIENDALE

+70

PERCORSI

DI MOBILITÀ
INTERNAZIONALE
NEL 2022
(+100% VS 2021)

■ **SELEZIONE**

Assicuriamo di valutare sempre una rosa di candidati diversificata in termini di genere ed età, garantendo un processo di selezione focalizzato sulle competenze di leadership, di business e tecniche, condotto in maniera chiara, trasparente, basata sull'evidenza e privo di qualsiasi parametro discriminatorio. Tutti gli attori coinvolti nel processo di selezione sono formati per garantire una valutazione priva di pregiudizi (*bias-free*), e tutto il materiale di recruiting (es. *job description*) non menziona mai caratteristiche personali o preferenze secondo il principio della non discriminazione.

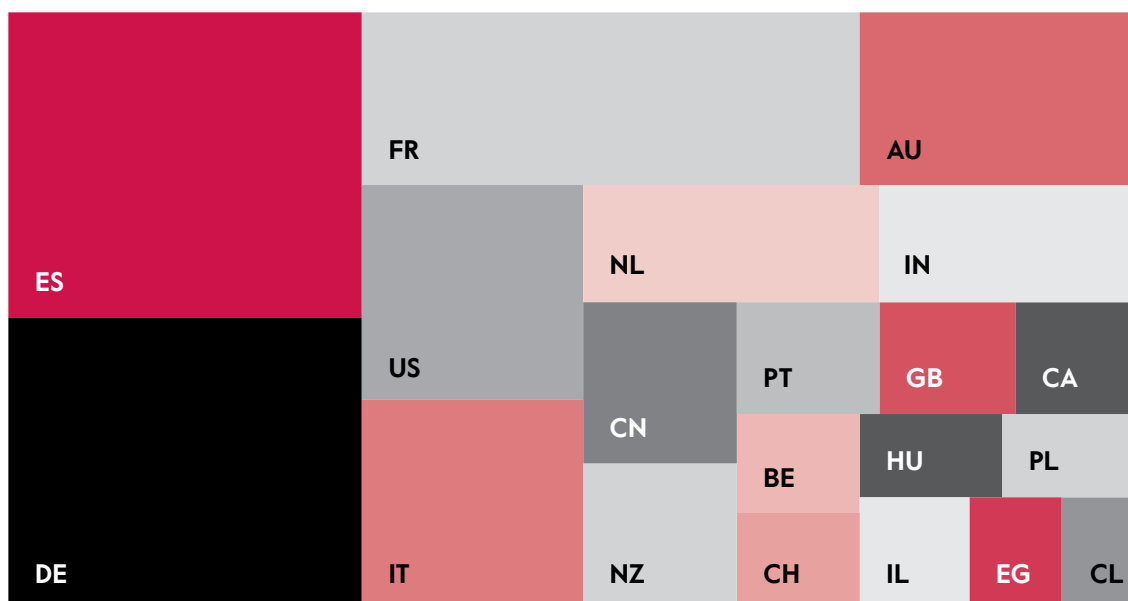
■ **FORMAZIONE**

Promuoviamo programmi di formazione e sviluppo che puntino a connettere diverse esperienze, background, funzioni e Paesi, affinché ciascuno possa costantemente ampliare le proprie conoscenze, favorendo così la piena realizzazione professionale di ciascun dipendente sulla base dei soli criteri di merito. Tramite appositi percorsi di training (digitali e non), disponibili per tutti i dipendenti, promuoviamo contenuti specifici per valorizzare le diversità, incoraggiare comportamenti inclusivi (*bias-free*), comunicare efficacemente rispetto alle diverse culture presenti nel Gruppo, incentivare il lavoro intergenerazionale e i team composti da diverse nazionalità (es. il *Managing across cultures training*). Inoltre, crediamo molto nella mobilità interna su scala globale come acceleratore della crescita personale e professionale, e al fine di facilitare gli spostamenti all'interno del Gruppo, abbiamo altresì implementato una Global Mobility Policy competitiva.

■ **VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE E COMPENSATION**

Basiamo la valutazione delle performance individuali su obiettivi e comportamenti appartenenti a una scala comune a livello globale, senza fare alcuna differenza in termini di geografia o genere. Inoltre, i principi di equità alla base della nostra politica di remunerazione garantiscono la piena etica e integrità nelle *performance & compensation review*. Durante la fase di definizione degli obiettivi annuali individuali, incoraggiamo collaboratori e manager a riflettere sul talento personale e i punti di forza di ciascuno, in modo che il tutto venga svolto in maniera *bias free*, così come nel processo di Talent Review.

TOP 20 NAZIONALITÀ DEI NOSTRI DIPENDENTI 2022



ADERIAMO AI WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES DELLE NAZIONI UNITE

Da inizio 2022 aderiamo ai **Women's Empowerment Principles (WEPs)** istituiti da UN Women e UN Global Compact, un insieme di Principi che guidano le Organizzazioni nella promozione della parità di genere e dell'*empowerment* delle donne sul posto di lavoro, nel mercato e nella comunità. In linea agli standard internazionali del lavoro e dei diritti umani, i WEPs si basano sul riconoscimento del ruolo e della responsabilità delle imprese per l'eguaglianza di genere e l'*empowerment* delle donne. In linea con il nostro Piano di Sostenibilità "Listening Ahead", contribuiamo infatti al UN SDG 5 (Parità di genere) promuovendo la diversità tra le nostre persone e attraendo, sviluppando e trattenendo i migliori talenti. Lavoriamo per promuovere un luogo di lavoro realmente inclusivo, protetto e produttivo per tutti i nostri dipendenti: oltre ad essere positivo per ognuno di noi a livello individuale, ciò è importante anche per la sostenibilità, l'innovazione e la produttività della nostra Organizzazione.

SIAMO PARTE DI “VALORE D”

Da luglio 2022 siamo associati a **Valore D**, la prima associazione di imprese in Italia (oltre 320 ad oggi) che da oltre dieci anni si impegna per l'equilibrio di genere e per la diffusione di una cultura inclusiva nelle organizzazioni e nel nostro Paese. Insieme a tutte le aziende che si sono unite nel percorso verso un mondo del lavoro più inclusivo, Valore D è promotore di un cambiamento, la cui base si fonda sul fatto che "la diversità è potenza", non solo in termini di parità e equità, ma anche per la crescita economica e sociale del Paese. Nel corso del 2023, ci impegneremo a partecipare alle iniziative di formazione e mentoring offerte dall'associazione.

ABBIAMO OTTENUTO LA CERTIFICAZIONE SULLA PARITÀ DI GENERE WINNING WOMEN INSTITUTE

A ottobre 2022 abbiamo ottenuto la Gender Equality Certification di **Winning Women Institute** per Amplifon S.p.A. e Amplifon Italia. Prima del suo genere in Italia e basata sulla metodologia Dynamic Model Gender Rating, la certificazione riconosce l'impegno di lungo corso delle aziende italiane nella valorizzazione e nell'inclusione delle diversità, due elementi che sono alla base della filosofia di Amplifon per promuovere il principio delle pari opportunità in tutti gli aspetti del rapporto di lavoro. La Certificazione sulla Parità di Genere ha premiato, in particolar modo, i risultati concreti raggiunti dal nostro Gruppo nell'ultimo triennio sul pilastro del Piano di Sostenibilità "People Empowerment", che vede nella diversità un'opportunità di arricchimento e leva per la performance aziendale.

■ UGUAGLIANZA RETRIBUTIVA

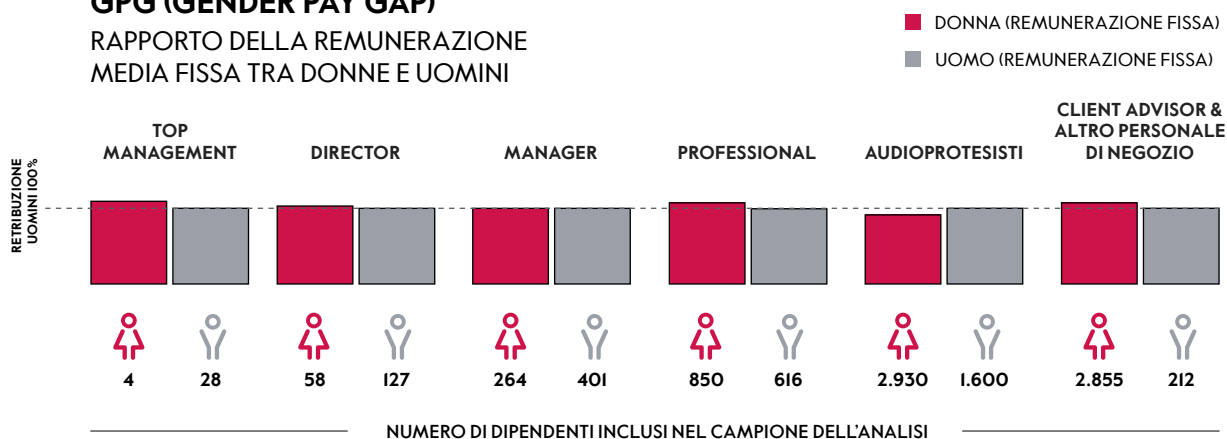
Crediamo nell'importanza dell'uguaglianza retributiva di genere a tutti i livelli, e prevediamo per tutti i dipendenti offerte retributive coerenti con gli standard di mercato e con le prassi interne al fine di garantire un adeguato livello sia di competitività esterna, che di equità interna. Per questo, dal 2021 monitoriamo il c.d. **gender pay gap**, tenendo in considerazione dei differenti cluster organizzativi²⁵ tali da valutare la diversa complessità organizzativa dei singoli ruoli. Tale analisi, effettuata anche nel 2022, neutralizza gli effetti derivanti da differenze di complessità di ruolo, secondo il principio delle Nazioni Unite "pari retribuzione a parità di lavoro", e dimostra come, in continuità con quanto emerso l'anno scorso, all'interno del Gruppo non sia presente un divario retributivo dovuto al genere, escludendo quindi qualsiasi distinzione del rapporto retributivo, e che il rapporto dello stipendio medio base (remunerazione fissa) tra donne e uomini nel 2022 risulti **molto equilibrato sia per i ruoli apicali sia per il resto della popolazione aziendale**²⁶.

Tale evidenza conferma come la politica di Remunerazione di Amplifon si fondi sulla capacità di riconoscere il più adeguato trattamento retributivo in funzione della posizione organizzativa, delle performance individuali, nonché delle competenze e complessità agite. Ogni eventuale differenziale retributivo tra le persone di Amplifon è riconducibile esclusivamente ai suddetti fattori, senza esser in alcun modo condizionato da altri elementi, quali età, genere, cultura, ecc., e sarà in ogni caso oggetto di specifiche verifiche durante il processo di *salary review*. A tal fine, le iniziative intraprese nel corso del 2022 sono state principalmente volte a ridurre ulteriormente il gap organico e retributivo tra le donne e gli uomini del Gruppo: sono state infatti avviate molteplici iniziative di sviluppo in tale ottica, al fine di accelerare il percorso di valorizzazione del talento femminile e favorire la creazione di contesti lavorativi inclusivi.



GPG (GENDER PAY GAP)

RAPPORTO DELLA REMUNERAZIONE MEDIA FISSA TRA DONNE E UOMINI



CONFRONTO GPG: 2021-22: AMPLIFON HA RIDOTTO IL GENDER PAY GAP ALL'INTERNO DELLA PROPRIA ORGANIZZAZIONE

Anno	TOP MANAGEMENT	DIRECTOR	MANAGER	PROFESSIONAL	AUDIOPROTESISTI	CLIENT ADVISOR & ALTRO PERSONALE DI NEGOZIO
2022	GPG: 108%	GPG: 101%	GPG: 100%	GPG: 105%	GPG: 94%	GPG: 107%
2021	GPG: 113%	GPG: 94%	GPG: 102%	GPG: 110%	GPG: 94%	GPG: 104%

25 - Ai fini delle analisi del gender pay gap sono stati individuati 6 cluster organizzativi: Top Management (composto da ruoli apicali e dai General Manager dei principali Paesi); Director (al netto dei General Manager inclusi nel primo cluster); Manager; Professional; Audioprotesisti; Client Advisor & altro personale di negozio.

26 - Al fine di garantire un'elevata qualità del dato, le analisi condotte hanno riguardato il 75% dei dipendenti, escludendo gli Internship & Apprenticeship, il personale con contratto a tempo determinato, e una parte della forza lavoro attiva nelle Joint Venture e nei Paesi minori.

■ BENESSERE E COINVOLGIMENTO INTERNO

In linea con i principi del UN Global Compact, con la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e in osservanza delle Convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro sui Diritti Umani fondamentali, il Gruppo Amplifon si impegna nel **rispetto dei diritti umani fondamentali e dei diritti dei lavoratori in tutti i Paesi in cui opera**, sia nelle proprie attività di business che nell'ambito delle relazioni con soggetti terzi, ripudiando ogni forma di sfruttamento del lavoro forzato e minorile. Al fine di garantire il benessere di tutti i dipendenti, le relazioni sindacali sono sempre positive e costruttive e si differenziano in base alle normative locali. In tutti i Paesi del Gruppo, Amplifon stabilisce le condizioni contrattuali direttamente con i propri dipendenti in linea alle best practice locali e, laddove presenti, si applicano i contratti di lavoro collettivi o equivalenti²⁷. Inoltre, a testimonianza dell'impegno ad assicurare e rafforzare la stabilità del lavoro e ad investire nel capitale umano, quasi il **91% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato** e circa il **25% gode di un impiego part-time** per soddisfare le proprie esigenze personali.

BENEFIT PER I DIPENDENTI

Garantiamo ai dipendenti orari di lavoro flessibili, una policy di smart working formalizzata per garantire un'adeguata flessibilità in ottica di *work-life-balance*, e un pacchetto di benefit personalizzato in funzione degli obblighi normativi e delle *best practice* di mercato propri di ciascuno dei Paesi in cui operiamo. Ogni anno miglioriamo l'offerta dei *benefit* posizionandoci come un *fair employer* e garantendo, al contempo, che i benefit siano considerati come una leva chiave nell'ambito della nostra *Total Reward Strategy*, fondamentale per attrarre e trattenere i talenti. L'offerta dei nostri benefit è orientata ai bisogni e alle motivazioni della persona attraverso una serie di proposte che permettono di costruire delle soluzioni ritagliate sui singoli individui, contribuendo così alla creazione di valore duraturo per i dipendenti, le loro famiglie e il territorio in cui vivono.

I nostri programmi di benefit hanno infatti la finalità di raggiungere tre obiettivi principali:

- essere attenti al benessere delle persone e ai bisogni peculiari di ciascuna generazione presente all'interno del Gruppo, valorizzando le diversità;
- avere un impatto tangibile sulla produttività, motivazione e soddisfazione delle nostre persone, creando un forte senso di appartenenza nei confronti di Amplifon;
- portare efficienza e innovazione nella gestione delle risorse economiche, massimizzando il valore percepito dai dipendenti.

A titolo esemplificativo, il programma di *flexible benefit* offerto ai dipendenti di Amplifon S.p.A. e Amplifon Italia prevede, attraverso l'accesso a un tool digitale, l'assegnazione a ciascuna persona di un ammontare di punti da utilizzare per l'acquisto di beni e servizi a propria scelta, e sulla base delle proprie necessità, nell'ambito di un ampio e variegato paniere (es. educazione, intrattenimento, servizi alla persona, salute, ecc.).

~38%

DIPENDENTI CON
CONTRATTO COPERTO
DA ACCORDI DI
CONTRATTAZIONE
COLLETTIVA

~91%

DEI DIPENDENTI HA UN
CONTRATTO A TEMPO
INDETERMINATO

~25%

DEI DIPENDENTI GODE
DI UNA TIPOLOGIA DI
IMPIEGO PART-TIME

+660

DIPENDENTI CHE
HANNO BENEFICIATO
DI CONGEDI
PARENTALI NEL 2022

SERVIZI PER IL SUPPORTO ALLA GENITORIALITÀ

- rimborsi per le spese sostenute per l'educazione dei figli (asili nido, scuole d'infanzia, scuole primarie, scuole secondarie di primo e secondo grado, corsi di laurea e corsi di laurea magistrale, master e scuole di specializzazione);
- rimborsi per le spese correlate all'educazione dei figli (libri di testo scolastici e universitari, servizi mensa, trasporti pubblici, centri ricreativi estivi e invernali, ludoteche, pre e post scuola, mobilità, gite scolastiche e attività sportive previste dal piano di offerta formativa).

SERVIZI PER LA SALUTE DEI DIPENDENTI E QUELLA DEI PROPRI CARI

- servizi di prevenzione, mediante l'acquisto di un pacchetto check-up o di visite specialistiche presso i migliori centri diagnostici;
- rimborsi per le spese sostenute sia dal dipendente che da figli, coniuge e genitori per visite mediche specialistiche, cure dentarie, visite effettuate da fisioterapista, podologo, logopedista;
- rimborsi sia per il dipendente, che per figli, coniuge e genitori per esami specialistici e di laboratorio, farmaci e prodotto omeopatici, acquisto e noleggio di dispositivi medici, lenti e occhiali, certificati medici per l'attività sportiva.

SERVIZI PER I CAREGIVER

- servizi a favore di anziani, malati e disabili che necessitano di aiuto domiciliare;
- rimborsi per le spese sostenute per prestazioni erogate da operatori sociosanitari a favore di anziani e persone non autosufficienti;
- badanti, servizi di assistenza in ospedale o presso luoghi di ricovero;
- prestazioni residenziali e semi-residenziali a favore di anziani (RSA, residenze protette e case di riposo) e disabili (istituti di riabilitazione, centri e comunità di accoglienza).

SERVIZI PER LA CURA DELLA PERSONA E LA GESTIONE DEL TEMPO

- sport & fitness (abbonamenti presso palestre e strutture sportive);
- viaggi (acquisto di pacchetti viaggio e vacanze);
- shopping (gift card e buoni shopping);
- cultura e tempo libero (iniziative culturali, servizi di intrattenimento, esperienze);
- relax e benessere (centri benessere);
- formazione personale (programmi e corsi finalizzati a coltivare i propri interessi o sviluppare nuove competenze tecniche o linguistiche).

Nel Nord America, offriamo invece a tutti i dipendenti a tempo indeterminato impiegati per almeno 20 ore alla settimana una *Employee Benefits Policy* che comprende un'assicurazione sanitaria, coperture aggiuntive per cure dentistiche, oculistiche e otorinolaringoiatriche, un *flexible spending account* per coprire ulteriori spese di cura della persona, un'assicurazione sulla vita, una copertura delle spese di trasporto per raggiungere la sede aziendale, un piano di previdenza integrativa e un servizio di counselling psicologico. A completamento di tali iniziative, per tutti i lavoratori espatriati è prevista un'assicurazione sanitaria globale che include un piano di benefit ideato ad hoc, garantendo così sia per l'espatriato sia per i familiari un adeguato livello di copertura sanitaria durante la permanenza all'estero in tutti i Paesi del mondo.

27 - La contrattazione collettiva o equivalente si applica alla totalità dei dipendenti nei Paesi in cui è previsto dalle normative vigenti, o parzialmente in base alle peculiarità delle normative locali e specifiche contrattuali. Si segnala che la variazione del totale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva rispetto allo scorso anno è dovuta all'armonizzazione del processo di raccolta dati a livello globale.





YOUR VOICE: L'ENGAGEMENT SURVEY DI AMPLIFON

Crediamo nell'importanza di valutare il coinvolgimento delle nostre persone e di ascoltare le loro opinioni sul posto di lavoro. Per questo, ogni due anni promuoviamo internamente un sondaggio di *listening* globale chiamato "Your Voice", aperto a tutti i dipendenti dell'azienda, i cui risultati vengono analizzati a livello globale per individuare trend e fenomeni collettivi, e a livello locale per disegnare ed implementare piani d'azione funzionali, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di tutte le nostre persone. Dall'edizione 2019, conduciamo il sondaggio tramite una piattaforma globale (Glint, parte di LinkedIn) attraverso la quale questo viene inviato in multilingua a tutti i dipendenti nello stesso momento.

L'edizione 2021 di "Your Voice", che ha raggiunto circa il 93% della popolazione aziendale (la totalità dei dipendenti al netto delle recenti acquisizioni in Cina e Australia) e che comprendeva 32 domande, ha ottenuto un tasso di risposta dell'80% e raccolto oltre 22.000 commenti qualitativi che hanno supportato la comprensione dei risultati, poi condivisi con tutti i livelli dell'Organizzazione. L'88% dei dipendenti del Gruppo ha espresso un giudizio positivo sull'azienda: un dato più che positivo, ma che non ci ha fatto desistere dalla volontà di continuare a migliorare. Per questo, nel 2022 sono partiti piani di lavoro in tutti i Paesi per indirizzare gli indicatori che sono emersi come meno positivi, mentre a livello di Funzione sono stati lanciati progetti che abbracciano esigenze condivise (in particolare di tipo organizzativo e di formazione). Infine, nel corso del 2023 lanceremo una strategia di *listening* che ci consentirà di mantenere un ascolto costante delle nostre persone, dal processo di *onboarding* fino a quello di *offboarding*.

GLOBAL INTERNAL COMMUNICATION FRAMEWORK

In Amplifon, una comunicazione interna periodica, tempestiva e completa è funzionale a creare un ambiente di lavoro nel quale le persone possano sviluppare il proprio talento e sentirsi coinvolte. A tal fine, è stato progettato un **Global Internal Communication Framework** che, assicurando un'efficace comunicazione a cascata a tutti i livelli dell'Organizzazione, mette in atto le giuste *routine* e garantisce che le piattaforme di comunicazione siano continuamente sviluppate e implementate.

La Intranet aziendale, che fonde contenuti globali e locali, guida la comunicazione *top down* a tutti i dipendenti ed è costantemente aggiornata per integrare nuovi contenuti e rispondere ai bisogni emergenti. Inoltre, tutti i Leader di Amplifon si incontrano fisicamente una volta l'anno per **ONEamplifon**, la *Global Leadership Conference*, e virtualmente ogni trimestre nei **Leadership Touchpoint**, per condividere gli aggiornamenti aziendali e i progetti chiave che vengono poi condivisi con tutti attraverso i **Townhall**, eventi interni dedicati a tutta la popolazione aziendale.

3.2 ATTRAZIONE E CRESCITA DEI TALENTI

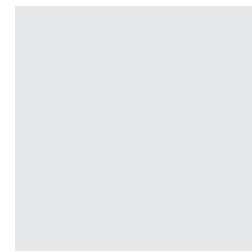
EMPLOYER OF CHOICE

Attrarre persone che credono nei nostri valori, nell'innovazione e nell'eccellenza, stimolate dalla possibilità di lavorare in un contesto internazionale e dinamico, è per noi un obiettivo chiave.

■ EMPLOYEE VALUE PROPOSITION

Nel 2022 abbiamo continuato a lavorare sull'attraction dei talenti facendo sempre fede alla nostra *Employee Value Proposition* (EVP), che descrive l'essenza di Amplifon come datore di lavoro e ha l'obiettivo di attrarre e inserire i migliori talenti capaci di abbracciare i valori aziendali. L'*employer* brandline **Make More Possible** afferma come in Amplifon sia possibile "realizzare di più" per la crescita del business e per il proprio sviluppo personale e professionale. Ad ambizione, spirito collaborativo e dedizione, l'azienda risponde con più formazione e più possibilità di far parte di un team internazionale con percorsi di carriera dinamici. È un invito all'azione diretto e coraggioso, che vuole raccontare l'impatto che i nostri dipendenti hanno nel migliorare la vita di altre persone attraverso il loro lavoro, in linea con il nostro *Purpose* aziendale.





■ STRATEGIA DI TALENT ATTRACTION

Nel corso del 2022 abbiamo potuto gradualmente tornare a visitare le Università e i luoghi chiave in cui attivare la strategia di *talent attraction*, pur continuando a sfruttare i canali digitali con un approccio ibrido. Career days, webinars, workshops, project work, programmi di *shadowing* e *mentorship* sono state le principali attività che hanno visto circa **5.000 studenti e neolaureati coinvolti**. Tutte queste attività hanno avuto due obiettivi principali: far conoscere Amplifon e le sue opportunità di carriera, e allo stesso tempo aiutare le giovani generazioni nella crescita professionale e personale, consapevoli che le aziende come Amplifon hanno un ruolo chiave nel formare i professionisti e i leader di domani.

■ PARTNERSHIP CON LE UNIVERSITÀ

Il 2022 ha visto anche il consolidamento delle partnership con CEMS e Junior Enterprises Europe. CEMS è un network internazionale di 34 esclusive business school e 74 multinazionali e organizzazioni non governative che offrono congiuntamente un Master in Management, con l'obiettivo di formare leader responsabili attenti a tematiche di sostenibilità, e attualmente conta un network di più di 18.000 tra studenti ed alumni di 78 diverse nazionalità. Junior Enterprises Europe (JEE) è un'associazione no profit, presente in 16 Paesi europei con un network di oltre 33.000 giovani imprenditori, che offre ai suoi consociati la possibilità di mettersi in gioco tramite progetti da svolgere con la collaborazione delle aziende partner. Sono state inoltre confermate le fruttuose partnership con le Università Luigi Bocconi di Milano, LUISS Guido Carli di Roma, MIP-Politecnico di Milano Business School, nonché con altre rilevanti università presenti nei Paesi in cui operiamo, tra cui HEC Paris (Francia), ESADE (Spagna), University of Cologne (Germania) e University of Rotterdam (Olanda).



UNA LAUREA CON AMPLIFON

"Una Laurea con Amplifon" è un'opportunità offerta da Amplifon Italia per favorire la formazione e l'inserimento professionale dei giovani nel mondo del lavoro. Il progetto di *scholarship* è volto all'assegnazione di borse di studio a copertura totale delle tasse universitarie dedicato ai diplomati/e che vorranno intraprendere il percorso di Laurea Triennale in Tecniche Audioprotesiche. Per l'anno accademico 2022-2023 Amplifon ha assegnato 10 borse di studio e sta conducendo una campagna sui social media e negli istituti superiori italiani per diffondere la conoscenza di questa professione e promuovere tale programma.

TIROCINIO WOW

Il tirocinio WOW è un esclusivo programma di tirocinio formativo e professionalizzante che dà l'opportunità agli studenti delle 14 università italiane di tecniche audioprotesiche di svolgere un'esperienza formativa grazie all'affiancamento ai nostri audioprotesisti. Nel 2022 più di 150 studenti sono stati inseriti in questo percorso all'interno di uno dei nostri punti vendita in Italia. Durante tutto il percorso, i tirocinanti vengono seguiti non solo dai loro tutor, ma anche dagli Area Manager di Amplifon per massimizzare la visibilità e l'inserimento alla fine del percorso. Esperienza, professionalità e coinvolgimento sono gli ingredienti essenziali del percorso di eccellenza quotidiana che, grazie a questo tirocinio, offriamo alle collettività in cui operiamo.

AMPLIFON RECORDS GRADUATE PROGRAM

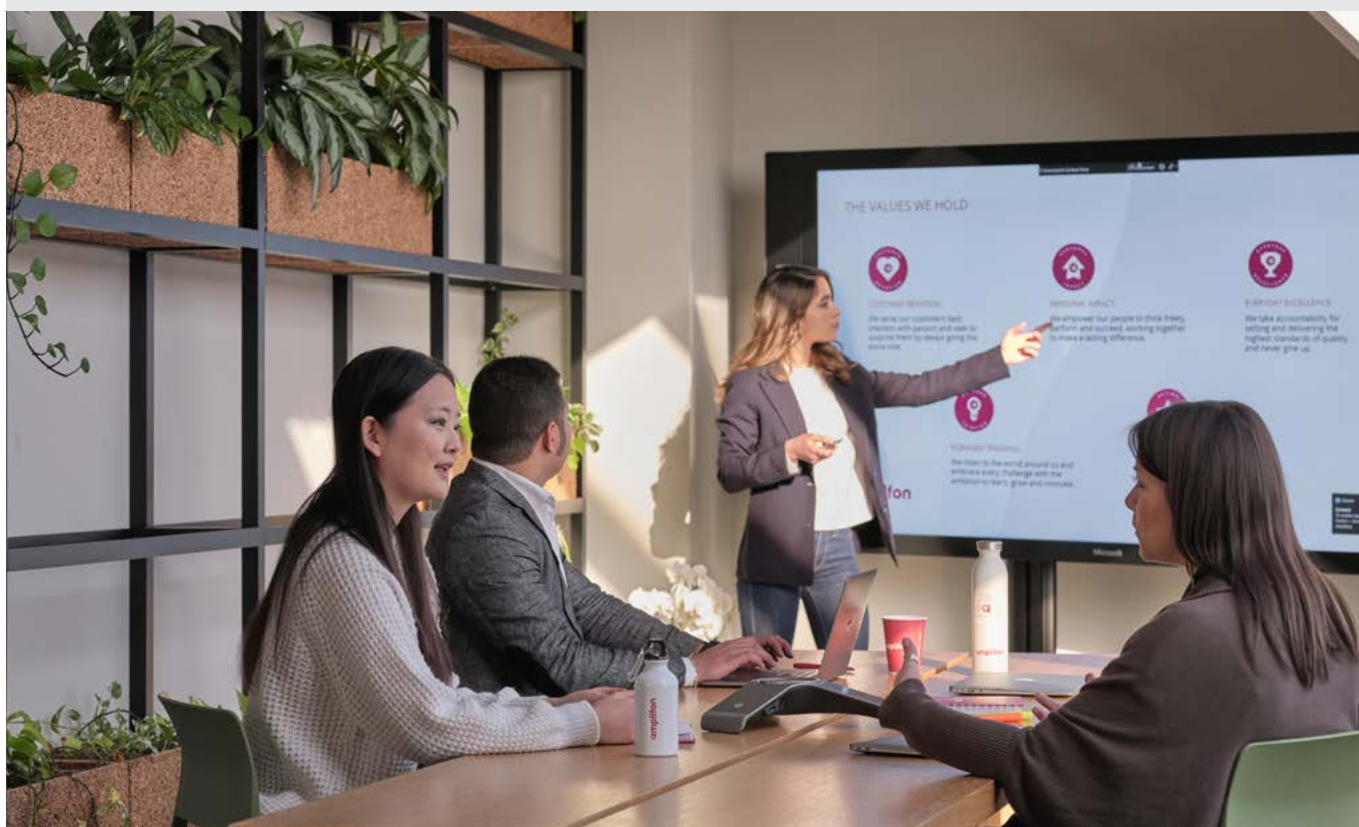


Nel 2022 è stata lanciata la seconda edizione dell'Amplifon Records Graduate Program, un programma ideato per attrarre e accelerare lo sviluppo di giovani professionisti con un taglio fortemente internazionale. Il programma, della durata di 18 mesi, prevede tre rotazioni, di cui le prime due nell'*headquarter* di Milano e la terza in uno dei 25 Paesi del Gruppo. Durante il programma i partecipanti saranno chiamati a lavorare in gruppo ad un progetto di Corporate Social Responsibility, che dovranno poi implementare a livello locale in uno dei Paesi del Gruppo.

IL NOSTRO PROGRAMMA DI GLOBAL ONBOARDING



Il processo di onboarding è fondamentale per accompagnare le nostre persone nei primi passi in azienda, per garantire che apprendano velocemente tutte le nozioni utili ad essere autonomi ed efficaci nel proprio lavoro, ma soprattutto per assicurare che si immergano nella cultura aziendale e ne comprendano appieno le peculiarità. Anche nel 2022, oltre agli onboarding locali gestiti da ciascuna nazione, abbiamo organizzato il Digital Amplifon Global Onboarding (DaGO), programma che permette di conoscere le diverse funzioni del Gruppo, di interfacciarsi con la prima linea del CEO, e di approfondire le opportunità di sviluppo e formazione che Amplifon mette a disposizione. L'edizione 2022, svoltasi in due diversi momenti (Atlantic e Pacific) per abbracciare i diversi fusi orari, ha coinvolto nel corso dell'anno circa 200 dipendenti *back office*.



LA CRESCITA DEI TALENTI

Il nostro obiettivo è garantire a tutti i dipendenti l'opportunità di crescere all'interno del Gruppo: per questo investiamo strutturalmente in programmi e percorsi di formazione, garantendo opportunità di apprendimento e di sviluppo professionale.

■ OFFERTA FORMATIVA

Offriamo programmi di formazione e sviluppo a tutti i dipendenti a livello nazionale, regionale e globale, tramite un'ampia offerta di formazione che risponde alle esigenze e ai requisiti locali, e al tempo stesso consente alle persone di beneficiare delle *best practice* condivise in tutto il network globale. I corsi in aula e online proposti al personale *field force* e *back office*, integrati da sessioni di *coaching* e *mentoring* individuali, vertono sia sulle competenze professionali e di business, sia sulle competenze comportamentali e di leadership. Nel 2022 abbiamo investito in **oltre 409.000 ore di formazione per i dipendenti**, per un totale di oltre 31 ore a persona annue, e considerando anche i collaboratori non dipendenti il totale delle ore di formazione erogate nel 2022 ammonta a quasi 486.000. In particolare, l'intera rete di audioprotesisti (sia dipendenti che collaboratori esterni appartenente alla rete degli autogestori) viene costantemente formata e aggiornata sui protocolli e sugli strumenti più innovativi: nel 2022 essi hanno ricevuto in totale oltre 279.000 ore di formazione, in media quasi 38 ore ciascuno.

PROJECT MANAGEMENT

Nella seconda metà del 2022 abbiamo organizzato l'edizione pilota di un nuovo corso dedicato al Project Management, in quanto lo consideriamo una delle principali competenze cross-funzionali che gioca un ruolo chiave nel processo di trasformazione dell'Organizzazione. Il corso ha l'obiettivo di consolidare un approccio solido e funzionale alle esigenze del Gruppo, che venga condiviso da tutte le funzioni e i Paesi. In un contesto sempre più internazionale ed avanzato, disporre di una metodologia comune rappresenta un fattore determinante per gli sfidanti obiettivi di business. Sviluppato su tre moduli, dedicati ai fondamenti del project management ed alle competenze di comunicazione, il corso verrà progressivamente erogato nei vari Paesi del Gruppo, sia in aula sia attraverso contenuti di e-learning.

+409.000ORE DI
FORMAZIONE
PER I DIPENDENTI**+279.000**ORE DI FORMAZIONE
PER GLI
AUDIOPROTESISTI**+3.500**ORE TOTALI DI TRAINING
SUI TEMI DI DIGITAL
TRANSFORMATION
EROGATE NEL 2022 PER
OLTRE 1.100 DIPENDENTI

■ AMPLI ACADEMY

Ampli Academy è una piattaforma che racchiude l'offerta di sviluppo e formazione pensata per tutta la popolazione aziendale e segmentata sulla base delle specifiche esigenze di ciascun Paese e funzione. Con l'introduzione di una piattaforma di "Learning Experience", l'offerta si è arricchita arrivando a contare **oltre 20.000 corsi e percorsi a cui tutti i dipendenti possono accedere**. Ampli Academy mira a sviluppare due diverse aree di competenze: la prima più focalizzata sulle *functional pathways*, ovvero le competenze funzionali, mentre la seconda sulle *behavioral & leadership competences*, per sviluppare le competenze *soft*. Quest'ultima, considerando il peso crescente delle competenze interfunzionali ed interpersonali, è basata su quattro filoni pensati in ottica di competenze future.

■ AWARENESS

È fondamentale creare occasioni di condivisione interna sulla visione aziendale, la struttura, la *corporate culture*, i valori e l'evoluzione di Amplifon. Questo perché, indipendentemente dalla collocazione organizzativa, tutti i dipendenti prendono quotidianamente decisioni che necessitano di un completo allineamento con la visione e gli obiettivi di Gruppo.

■ DIGITAL EMPOWERMENT

In un contesto dinamico e *digital savvy*, investiamo continuamente nelle più moderne innovazioni tecnologiche e nei relativi processi di formazione, per garantire a tutte le persone di padroneggiare gli strumenti aziendali e sfruttarli nelle proprie attività lavorative.

■ CONNECT

La *diversity* per Amplifon è un'opportunità per analizzare situazioni e progetti da diversi punti di vista, che consentono risultati innovativi e creativi. Programmi come il mentoring o i percorsi di *change management* puntano a connettere diverse esperienze, background, funzioni e Paesi, per far sì che ognuno possa costantemente crescere ed ampliare le proprie conoscenze.

■ LEAD

Per essere una "*High Performing Organization*" è fondamentale che i people leader e i people manager operino da facilitatori nell'abilitare le piene potenzialità dei propri team. Per questo, abbiamo strutturato diversi programmi di crescita che coprono tutti i ruoli di responsabilità, da manager a leader.



IL PROGRAMMA DI TRAINING PER LA FIELD FORCE DI AMPLIFON

Nel 2022 la funzione Retail Excellence ha lanciato la **Global Retail Academy** con l'obiettivo di sviluppare *core & distinctive capabilities*, di migliorare i risultati di performance e di assicurare un eccellente livello di soddisfazione del cliente finale. L'offerta formativa, mirata per l'intera *field force*, si basa sui seguenti pilastri:

- Onboarding: percorsi che sviluppano competenze fondamentali per svolgere il proprio ruolo.
- Performance: moduli che includono anche il coaching *on-the-job* mirati a supportare la *field force* a raggiungere i risultati di business.
- Change & Transformation: programmi finalizzati a guidare il *change management* e il miglioramento continuo derivante dall'innovazione dei protocolli Amplifon, sia audiologici che commerciali.

La Global Retail Academy si rivolge a specifiche categorie professionali della *field force*, ovvero audiprotelisti, Client Advisor e altro personale di negozio, e Field Management, di cui fanno parte Field Trainer e gli Area Manager. Per gli audiprotelisti, i Client Advisor e altro personale di negozio, investiamo costantemente nello sviluppo di programmi di formazione mirati ad ottimizzare il percorso di abilitazione professionale (onboarding), a potenziare la conoscenza dei processi e protocolli *in-store* e a rafforzare le competenze audiologiche, commerciali e relazionali con il cliente per garantire un'esperienza di valore. I Field Trainer rappresentano una risorsa chiave per lo sviluppo di *capabilities* in Amplifon, contribuendo sia al design dei programmi che alla loro implementazione. Considerato il loro ruolo strategico, i Field Trainer costituiscono a loro volta uno dei target più importanti di iniziative formative, in particolare di un percorso globale di certificazione delle competenze specifiche di training (TrainUP). Inoltre, i Field Trainer sono membri attivi di una Community globale che ha come finalità la contaminazione e la condivisione di best-practices. Infine, il 2022 è stato un anno di grande evoluzione in particolare per gli Area Manager, che hanno un ruolo fondamentale per lo sviluppo e la performance dei punti vendita. In seguito al lancio di nuovi tool che hanno ridefinito il loro modo di lavorare e hanno portato nuovi standard operativi nelle sales, gli Area Manager sono stati protagonisti di un programma strutturato di formazione e *change management*.

I PROGRAMMI DI LEADERSHIP DEVELOPMENT

Investiamo nello sviluppo professionale dei talenti che mostrano potenziale di crescita e capacità di ricoprire posizioni di responsabilità internazionale, offrendo loro un'ampia gamma di programmi di formazione mirati, in base alla posizione ricoperta, alla *seniority* e alle aspirazioni individuali.

Nel 2022 abbiamo consolidato l'offerta dei *Leadership Program* esistenti, garantendo il continuo aggiornamento dei contenuti con il percorso di trasformazione del Gruppo, con i processi HR, il *Leadership Model* e l'*Amplifon Employee Experience*. Hanno avuto luogo i percorsi LEAD the Future, LEAD the Way, BE Leader, BE Manager e RIDE the Change in collaborazione con partner d'eccellenza:

- **LEAD the Future** è il programma destinato ai General Manager di Paese, nonché alla prima linea di riporto al CEO, ed ha l'obiettivo di consolidare una visione ed uno stile di leadership condiviso tra le figure chiave del Gruppo.
- **LEAD the Way** ha invece come target i leadership team di Paese ed i Director Corporate, con lo scopo di promuovere l'allineamento strategico, culturale e di leadership.
- **BE Leader** si pone come obiettivo quello di accelerare lo sviluppo di manager che andranno a prendere un ruolo da "People Leader" nel prossimo futuro.
- **BE Manager** è costruito per creare un percorso comune per la popolazione manageriale di Amplifon, non solo per supportare lo sviluppo delle competenze manageriali, ma per creare una cultura condivisa e rafforzare l'approccio del High Performing Team, aiutando i manager nello sviluppo del proprio team.
- **RIDE the Change** è dedicato ai giovani talenti impiegati nel *back office* e si propone di potenziare la cultura del cambiamento e dell'innovazione per mezzo delle competenze digitali.

LEAD THE WAY

Nel 2022 si è tenuta la prima edizione di "Lead the Way", un programma di *executive education* sviluppato in partnership con ESADE Business School. Per 4 giorni, vari leader di Amplifon, parte dei leadership team dei Paesi e Director di Corporate, si sono ritrovati da tutto il mondo a Barcellona per seguire corsi di alta formazione organizzati da ESADE. I docenti dell'Università hanno costruito un programma sulle esigenze di Amplifon, pensato per supportare le nostre persone in sfide manageriali sempre più complesse. Le principali tematiche affrontate riguardano la gestione della complessità associata alle Organizzazioni a matrice, il passaggio dal disegno di una strategia a un'efficace *execution*, l'impostazione di un processo di cambiamento e la creazione di un network funzionale ai propri obiettivi professionali.

3.3 SVILUPPO DI CARRIERA E RICONOSCIMENTO

Valorizziamo il contributo di ognuna delle nostre persone sulla base di su una cultura del feedback costante, e diamo un grande valore al riconoscimento e alla celebrazione del raggiungimento di risultati e successi.

SVILUPPO DI CARRIERA

■ YOU@AMPLIFON

L'esperienza offerta da Amplifon deve essere la medesima per tutte le persone. Per questo abbiamo creato diversi momenti di confronto, aggiornamento e condivisione interna "You@Amplifon", che preparano e aiutano i dipendenti ad affrontare le varie fasi del percorso di carriera, dall'ingresso in Amplifon alla crescita, includendo obiettivi, risultati, riconoscimenti e valorizzazione dei traguardi. You@Amplifon rende più semplice per i dipendenti avere un ruolo attivo nella costruzione del proprio percorso di sviluppo e carriera, partendo dalle caratteristiche e dalle ambizioni di ogni persona. Infatti, una comunicazione bidirezionale efficace con i dipendenti è fondamentale per creare una cultura incentrata sull'identificazione di obiettivi individuali chiari e un processo di gestione continua delle performance. Per questo, incoraggiamo incontri regolari durante l'anno tra dipendenti e manager, al fine di assicurare **anytime & continuous feedback** capaci di supportare il giusto orientamento e riconoscimento. In questo modo, garantiamo a tutti la valutazione delle proprie performance con criteri trasparenti rispetto al raggiungimento dei propri obiettivi.

■ PERFORMANCE DEVELOPMENT REVIEW

Come ogni anno, anche nel 2022 si è svolto il processo di Performance Development Review (PDR) per il personale *back office* e di field management (*Area manager e regional manager*) al fine di **monitorare le performance individuali** e incentivare l'adozione di comportamenti coerenti con il modello di leadership del Gruppo secondo le sei seguenti dimensioni: *Strategic Thinking, Driving Success, Outstanding Execution, Building Relationships, People Champion, Pioneering Change*. Per accompagnare i dipendenti nella comprensione del processo e degli strumenti a loro disposizione per il proprio sviluppo, vengono regolarmente organizzate delle sessioni di formazione per tutta la popolazione interessata, con lo scopo di fornire ai *Director e ai Manager* una chiara comprensione del loro ruolo nella crescita professionale delle proprie persone e, dall'altro, dare ai *Professional* una forte consapevolezza del ruolo che possono svolgere nel proprio percorso di sviluppo in Amplifon. A livello di Gruppo, nel 2022 oltre l'89% dei dipendenti è stato incluso nel processo di valutazione della performance, con l'esclusione dei soli dipendenti che per circostanze specifiche non possono rientrare nel processo (es. dipendenti in congedo lungo per maternità/paternità o in aspettativa, dipendenti con contratti di studio-lavoro che prevedono meccanismi di valutazione differente, tra cui gli audioprotesisti in apprendistato in alcuni Paesi).

+89%DIPENDENTI INCLUSI NEL
PROCESSO DI PDR 2022**~39%**DIPENDENTI BACK OFFICE
VALUTATI COME TALENTS &
HIGH PERFORMERS

■ NUOVO MODELLO DI MONITORAGGIO DELLE PERFORMANCE DEL PERSONALE DI NEGOZIO

Per la popolazione di negozio (audioprotesisti, Client Advisor e altro personale di negozio) nel corso del 2022 il Gruppo ha deciso di disegnare una nuova modalità di monitoraggio delle *performance* in grado di riflettere al meglio le peculiarità delle mansioni di questa categoria di dipendenti. Tale nuovo processo mira a garantire l'allineamento con le performance di business del Gruppo, tramite un sistema di monitoraggio basato sulle *store visit* e sul raggiungimento dei target di negozio, accompagnata poi da una ulteriore valutazione individuale qualitativa, nonché a creare un processo più efficiente e automatizzato sia per coloro che sono soggetti alla monitoraggio, sia per i professionisti che sono responsabili di effettuare le review (*Area Manager*). Se quest'anno abbiamo lavorato alla struttura e alla definizione dei KPI, nella prima parte del 2023 prevediamo di lanciare tale nuovo modello per tutti i Paesi, per avere i primi risultati a inizio 2024.



POLITICA DI REMUNERAZIONE

■ PRINCIPI GENERALI

Crediamo nel concetto di retribuzione basata sulla performance e, per questo, la nostra Politica di Remunerazione, oltre ad essere basata sui principi di *global consistency* al fine di promuovere una cultura di *One Company*, è attrattiva, trasparente e lineare. Essa mira a motivare le persone a raggiungere i loro obiettivi, sfidanti ma al contempo proporzionati e comunicati in modo chiaro, ed è inclusiva di componenti fisse e di componenti variabili di breve e lungo periodo. Al fine di allineare l'interesse del Top Management all'obiettivo prioritario della creazione di valore nel medio-lungo periodo, la nostra Politica di Remunerazione è definita in coerenza con la nostra strategia di business, il nostro modello di governance, e gli orientamenti del Codice di Corporate Governance delle Società quotate. Sulla base dei differenti elementi che costituiscono i pilastri della Politica, il Comitato Remunerazione e Nomine ne valuta annualmente la bontà dei contenuti, coadiuvando il C.d.A. nella sua definizione, oggetto di successiva approvazione da parte dell'Assemblea.

■ ALLINEAMENTO TRA POLITICA E REMUNERAZIONE E STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Dal 2020 cerchiamo di garantire l'allineamento della Politica di Remunerazione con la strategia di sostenibilità, declinando i principali obiettivi del Piano di Sostenibilità all'interno del sistema di valutazione della performance (PDR) e di incentivazione variabile di breve termine (MBO), destinati al Top Management (Amministratore Delegato/Direttore Generale e Dirigenti con Responsabilità Strategiche). Con riferimento al meccanismo di incentivazione dell'MBO, al bonus risultante dal livello di raggiungimento dei tre KPI economico-finanziari di Gruppo che compongono la Scorecard (EBITDA, Net Sales e Free Cash Flow) si applica un moltiplicatore/demoltiplicatore da 0% a 120% in base al raggiungimento degli obiettivi individuali legati al processo di PDR. Il raggiungimento di tali obiettivi viene misurato attraverso specifici KPI rappresentati da metriche proprie della funzione di riferimento, **tra cui almeno uno ancorato ai target del Piano di Sostenibilità**. A conferma della crescente attenzione di Amplifon per le tematiche ESG, nel 2021 è stata attivata un'approfondita riflessione in merito alla definizione di un nuovo strumento di remunerazione premiante destinato, in prima istanza per il 2022, all'Amministratore Delegato/Direttore Generale e previsto, a partire dal 2023, per i Dirigenti con Responsabilità Strategiche, al fine di consolidare una politica di forte coinvolgimento delle risorse chiave della Società nel conseguimento degli obiettivi ESG. Tale componente retributiva mira a garantire, al contempo, sia il presidio dei temi legati alla sostenibilità, che la creazione di valore nel medio-lungo termine, incentivando un maggior allineamento tra gli interessi del Top Management, degli azionisti e di tutti gli stakeholder. Tale finalità è infatti garantita dalla possibilità per i beneficiari di co-investire volontariamente una parte del proprio MBO in azioni Amplifon, consentendo a questi ultimi di avvantaggiarsi dell'auspicato successo del Gruppo nel triennio, attraverso un sistema di *matching*²⁸.



APPROFONDISCI
POLITICA DI
REMUNERAZIONE



VAI ALLA PAGINA
PIANO
DI SOSTENIBILITÀ

~212

BENEFICIARI
DEL PIANO DI MBO
NEL 2022

226

BENEFICIARI
DEL PIANO DI STOCK GRANT
2019-2025 NEL 2022

28 - Ulteriori dettagli sono disponibili nella [Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui compensi corrisposti 2023](#).

■ REMUNERAZIONE VARIABILE DI BREVE TERMINE (MBO) E ALTRI SISTEMI DI INCENTIVAZIONE DI BREVE TERMINE

Il nostro sistema di incentivazione di breve termine è costruito in modo da indirizzare i comportamenti del personale coinvolto verso il raggiungimento di risultati annuali sfidanti, riconoscendo al contempo il contributo individuale. La platea di beneficiari del sistema di incentivazione di breve termine (MBO) risulta molto ampia (circa 212 beneficiari nel 2022, avendo a riferimento il solo Leadership Team), essendo volontà del Gruppo quella di valorizzare le persone e riconoscere il loro contributo ai risultati aziendali. In ogni Paese in cui operiamo, sono inoltre previsti degli incentivi di breve termine per la popolazione non appartenente al Leadership Team, finalizzati a premiare il contributo individuale/collettivo al raggiungimento degli obiettivi, nonché dei *sales incentives* per la popolazione che opera nei negozi e nella struttura di vendita, volti a guidare le performance e incentivare il raggiungimento di sfidanti target commerciali.

■ REMUNERAZIONE VARIABILE DI LUNGO TERMINE (AMPLIFON STOCK GRANT PLAN) E ALTRI SISTEMI DI INCENTIVAZIONE DI LUNGO TERMINE

La nostra Politica di Remunerazione di Gruppo prevede inoltre un sistema di incentivazione di lungo termine basato sull'assegnazione di azioni finalizzate ad allineare gli interessi del management a quelli degli azionisti e premiare il capitale umano. Nel 2019 è stato introdotto un sistema di incentivazione basato su azioni (Stock Grant Plan 2019-2025), che prevede due categorie di beneficiari:

- I beneficiari del **Piano Long-Term Incentive (LTI)**, ovvero i manager che occupano le posizioni chiave del Gruppo a livello globale, regionale e locale identificati in virtù della *band* cui appartiene la posizione organizzativa occupata, nell'ambito del sistema di *banding* di Amplifon. Nel corso del 2022, 97 persone hanno beneficiato del piano LTI (nel 2021 erano 93).
- I beneficiari del **Piano Amplifon Extraordinary Award (AEA)**, che comprendono collaboratori selezionati e identificati di anno in anno in base a logiche di *retention*, *promotability ed extraordinary recognition*. Nel corso dell'anno, 129 persone hanno beneficiato del piano AEA (nel 2021 erano 71).

CHARLES HOLLAND AWARD E AMPLIFON LEADERSHIP AWARDS

Riconosciamo le performance migliori a livello individuale e di team. Per questo, ogni anno assegniamo, in ciascun Paese in cui operiamo, il premio **Charles Holland Award** ai circa 60 migliori negozi che si distinguono per la loro capacità di assistere e soddisfare al meglio le esigenze dei nostri clienti, ispirati dai nostri valori. Tale premio, che prende il nome dal fondatore di Amplifon, è il più importante riconoscimento dell'eccellenza del nostro network e, dalla sua introduzione nel 2011, è stato ottenuto da centinaia di punti vendita.

Inoltre, a conclusione di ogni anno, il Top Management aziendale assegna gli **Amplifon Leadership Awards**, ovvero premi e riconoscimenti ai migliori progetti aziendali e risultati dell'anno associati ad ognuno dei cinque valori di Amplifon.

3.4 LA TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

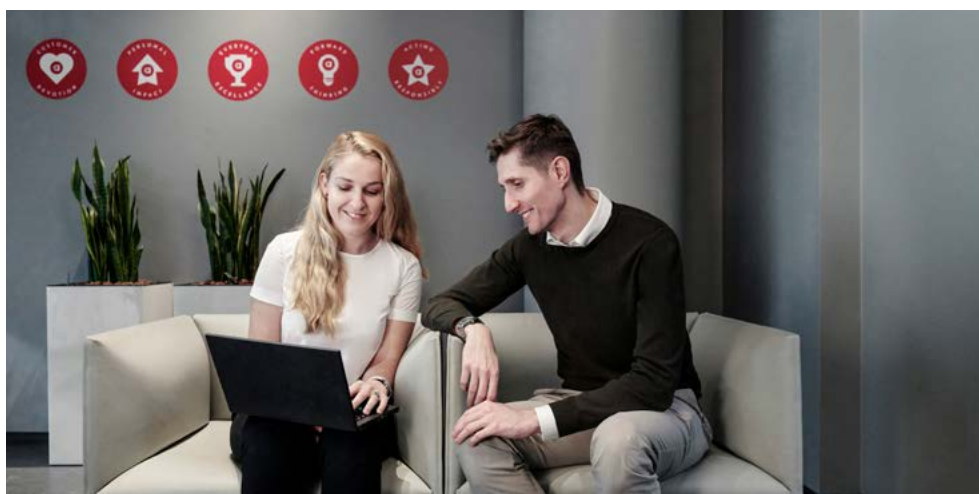
Come previsto dalla nostra Policy di Sostenibilità, siamo impegnati a mantenere un luogo di lavoro sicuro per tutti i dipendenti e collaboratori, e consideriamo la sicurezza e la salute sul lavoro come una componente fondamentale del benessere generale delle nostre persone.

■ LINEE GUIDA

Il nostro **Codice Etico** guida tutte le persone di Amplifon a mantenere un ambiente di lavoro salubre, sano e sicuro, nonché a partecipare al processo di prevenzione dei rischi e di salvaguardia della salute e della sicurezza nei confronti di sé stessi, dei colleghi e di terzi. Nonostante il nostro business, alla luce della natura delle nostre attività e in considerazione degli strumenti e delle procedure messi in atto per adempiere alle normative locali e regionali, comporti un **basso livello di rischio di infortuni sul lavoro**, nei Paesi in cui operiamo sono in vigore specifici modelli organizzativi in risposta a normative o standard di sicurezza locali.

■ FORMAZIONE PER LA SICUREZZA

A tutti i dipendenti è garantita l'erogazione di **specifici piani di formazione** in tema di salute e sicurezza sul lavoro, così come previsto dalle normative locali. I principali contenuti della formazione riguardano la descrizione dei rischi sul posto di lavoro, le procedure specifiche di sicurezza, la conoscenza della normativa nazionale e i ruoli e le responsabilità definite internamente all'Organizzazione. Infine, ai dipendenti di vari Paesi vengono offerte delle convenzioni agevolate per l'accesso a servizi medici specialistici privati, nonché programmi di promozione della salute personale (tra cui campagne di vaccinazioni antiinfluenzali, iniziative di informazione contro il fumo, consigli per una alimentazione corretta) e una copertura assicurativa aggiuntiva direttamente integrata nel contratto di lavoro o disponibile a prezzi agevolati per i dipendenti che ne fanno richiesta.



VAI ALLA PAGINA
IL NOSTRO CODICE
ETICO



IL NOSTRO PROTOCOLLO PER CONTRASTARE LA DIFFUZIONE DEL COVID-19

Dal 2020 abbiamo rafforzato ancora di più la nostra attenzione alla salute e alla sicurezza delle persone definendo uno specifico Protocollo globale di regolamentazione delle misure per contrastare la diffusione del Covid-19, che ha visto la collaborazione di massimi esperti nell'ambito della Virologia e Microbiologia e dell'Otorinolaringoiatria, e uno specifico Protocollo locale per ogni Paese che integrasse le linee guida globali con eventuali requisiti aggiuntivi determinati dal contesto e dalla normativa locale. Se pur nel 2022 i nostri negozi sono rimasti sempre aperti, il rigoroso protocollo operativo ha garantito il rispetto di tutte le raccomandazioni delle principali istituzioni sanitarie per la prevenzione della trasmissione del virus nei pochi casi localizzati in cui si è registrato un picco dei contagi (es. Nuova Zelanda, Australia, Cina).

■ VALUTAZIONE DEI RISCHI

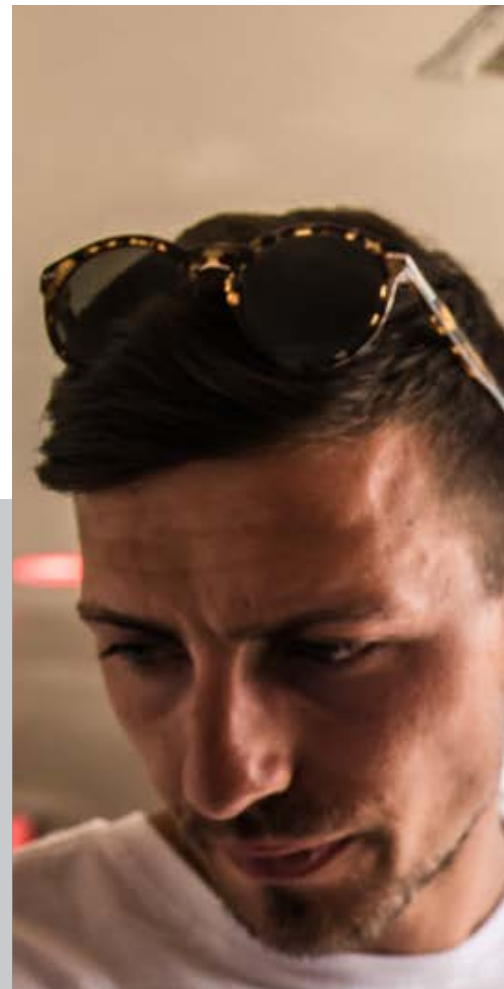
Con l'eventuale supporto di specialisti esterni, le funzioni HR di Paese adottano processi locali per l'identificazione e classificazione dei rischi per la salute e la sicurezza dei dipendenti, che prevedono l'identificazione dei potenziali pericoli per le persone e le relative azioni di prevenzione. **Tutti i lavoratori e i loro rappresentanti sono coinvolti nel processo di valutazione dei rischi in ambito salute e sicurezza**, e su base periodica i responsabili di tali aspetti predispongono un rapporto dettagliato riguardante le misure intraprese sul **servizio di prevenzione e protezione**, ivi incluse le attività di medicina del lavoro. I rischi identificati sono relativi principalmente alle attività svolte presso i punti vendita e negli uffici, incluse le attività secondarie come la manutenzione, e riguardano ad esempio aspetti ergonomici, maneggiamento di strumenti, caduta/scivolamento, rischio elettrico, incendio, stress lavoro-correlato. In caso di incidenti sul lavoro, in funzione della gravità del singolo evento, vengono avviate misure di indagine volte alla verifica delle cause, al fine di adottare opportune precauzioni per prevenire future situazioni di rischio. Nel 2022, si sono registrati 98 infortuni sul lavoro, tutti di piccola entità (ad es. lievi cadute per scivolamento o tagli superficiali con materiali di ufficio) che in molti casi non hanno dato effetto a giorni per malattia, con un tasso di frequenza pari a 4,85.



04

Community Impact

Ci impegniamo a generare un impatto positivo nelle comunità che ci circondano, sensibilizzando sull'importanza della prevenzione e del benessere uditivo





4.1 IL NOSTRO CONTRIBUTO PER LE COMUNITÀ

Siamo impegnati in attività di sensibilizzazione, prevenzione e educazione per contribuire al benessere delle comunità e generare un impatto sociale positivo e sostenibile nel tempo.

WE CARE

Con la consapevolezza dell'importante ruolo che rivestiamo nella società nel 2019 abbiamo creato "We Care", il programma che raccoglie le iniziative ad impatto sociale che promuoviamo nelle comunità in cui operiamo con l'obiettivo di creare valore condiviso e incoraggiare comportamenti più responsabili²⁹. La nostra Policy di Sostenibilità formalizza l'impegno di Amplifon in quest'ambito, rafforzato inoltre dal nostro supporto e contributo per le attività di inclusione sociale promosse dalle Fondazioni del Gruppo. Per facilitare lo scambio di idee ed esperienze in merito a progetti di *community impact* lanciati nei vari Paesi, organizziamo riunioni periodiche di allineamento e condivisione.

PRINCIPALI INIZIATIVE 2022

■ AMPLIFON ITALIA & CORPORATE

Nel 2022 Amplifon Italia ha donato strumentazioni mediche a due ospedali locali e ha inoltre raccolto 120.000 euro per elargire donazioni a 13 diverse cause, tra cui il progetto "Una laurea con Amplifon". I dipendenti sono stati coinvolti come volontari nelle attività organizzate dalla Fondazione Amplifon, specificatamente per i progetti "Viva gli Anziani", "Let's Dream" e "Inside Out". Sono continuati anche altri progetti a lungo termine, come "Listen Responsibly - Ci sentiamo dopo", così come la collaborazione con Milano Book City. Nel contesto del programma We Care, dal 2019 presso l'Headquarter di Milano (Italia) è stata promossa un'attività di Food Giving che, con il supporto della ONG locale "Banco Alimentare", ha l'obiettivo di recuperare le eccedenze alimentari della mensa aziendale e ridistribuirle alle persone in difficoltà. Dal 2022, sempre presso l'Headquarter, è stata riavviata la raccolta dei vestiti usati da parte dei dipendenti, donati a persone bisognose dalla Onlus locale "Pane Quotidiano".



**We
care**
Our Citizenship Program



■ AMPLIFON AMERICA

Il 2022 ha visto l'inaugurazione del Programma "We Care" in America, che ha riscosso un grande successo misurato anche dal forte impatto positivo portato nella comunità locale delle Twin Cities (Minneapolis e Saint Paul) e tra la popolazione aziendale. È stata attivata una collaborazione con 17 diverse associazioni, donando più di \$ 25.000. Oltre 100 dipendenti si sono resi volontari durante l'anno, dedicando il loro tempo a diverse attività, tra cui il confezionamento di pasti per bambini appartenenti a comunità scarsamente supportate, la gestione di test dell'udito e della vista in scuole elementari locali e la formazione del primo team di hockey da terra e su ghiaccio composto solamente da persone che soffrono di ipoacusia.

■ AMPLIFON FRANCIA

Dopo 2 anni di stallo dovuti alla pandemia, nel 2022 Amplifon Francia ha ripreso la missione umanitaria organizzata in collaborazione con "Enfants Sourds du Cambodge", riprendendo le fila del rapporto ormai duraturo con l'associazione. Il lancio di successo dell'App Listen Responsibly, avvenuto anche grazie alla sua promozione su diverse testate e social media, ha permesso di sensibilizzare ulteriormente sull'importanza del benessere uditivo. Inoltre, una nuova politica di well-being per i dipendenti ha permesso un ulteriore supporto economico per i dipendenti, nonché la mitigazione dei potenziali rischi psicologici sul luogo di lavoro.

■ AMPLIFON OLANDA

Amplifon Olanda incoraggia uno stile di vita salutare e sostenibile tra i suoi dipendenti, grazie a supporti finanziari per l'affitto di biciclette utilizzabili per recarsi in ufficio, e lo svolgimento di attività sportive. In linea con i valori del Gruppo e con lo scopo di creare un impatto sulla comunità locale, i dipendenti hanno partecipato alla maratona di Rotterdam e alla maratona "Singelloop", raccogliendo fondi a scopo benefico per la società oncologica olandese KWF e per l'associazione Eardrop.

■ AMPLIFON PORTOGALLO

Negli ultimi 12 anni Amplifon Portogallo ha aiutato oltre 150 persone in collaborazione con l'Istituto Vale Flor, un'organizzazione non-profit che ha lo scopo di fornire supporto medico ai Paesi africani in necessità (es. S. Tome e Principe). Nel 2022 sono state svolte 2 missioni, soddisfacendo le esigenze uditive di 47 bambini, donando 45 apparecchi acustici e rimpiazzandone altri 21 danneggiati. Inoltre, una campagna annuale ha permesso agli audiologi di Amplifon di identificare 13 clienti con gravi perdite uditive e in difficoltà finanziarie a cui donare un apparecchio acustico.

4.2 PREVENZIONE ED EDUCAZIONE AL BENESSERE UDITIVO

Siamo da sempre impegnati a trasformare la percezione della cura dell'udito, al fine di ridurre le gravi conseguenze derivanti dal calo uditivo e massimizzare i benefici individuali e sociali della prevenzione.

Chi vive l'esperienza di un calo uditivo aspetta in media sette anni prima di rivolgersi a un professionista, nonostante il rischio di ripercussioni fortemente negative sulla propria qualità della vita. Per questo, abbiamo un ruolo fondamentale nel diffondere informazioni e strumenti che consentano alle persone di identificare e gestire in modo tempestivo un potenziale deficit uditivo, superando lo stigma che ancora oggi viene spesso associato ad una condizione fisiologica di norma associata all'invecchiamento.

■ L'IMPORTANZA DELLE NUOVE GENERAZIONI

Le nostre attività di sensibilizzazione e prevenzione sull'importanza del benessere uditivo sono rivolte a tutte le fasce di età e, attraverso campagne e iniziative mirate, sono sempre più dedicate alle giovani generazioni. Le stime dell'Organizzazione Mondiale della Sanità indicano che oggi oltre 1 miliardo di giovani sono a rischio di perdite uditive evitabili, e che **il 60% dell'ipoacusia infantile sia dovuta a cause prevenibili**³⁰. In particolare, tra gli adolescenti e i giovani adulti con età compresa tra i 12 e i 35 anni, quasi il 50% è esposto a livelli non sicuri di suono derivanti dall'uso di dispositivi audio personali, e circa il 40% è esposto a fonti sonore potenzialmente dannose nei luoghi di intrattenimento, incluse discoteche e sale da concerto³¹.

■ IL PROGRAMMA LISTEN RESPONSIBLY

Il legame poco conosciuto tra l'esposizione a fonti di rumore eccessivo e il rischio di provocare danni o un precoce deterioramento dell'udito è al centro del nostro programma **"Listen Responsibly"**, finora promosso in Italia (con il progetto "Ci sentiamo dopo - Listen Responsibly"), in Spagna, e dal 2022 anche in Francia, per sensibilizzare le giovani generazioni sull'importanza dell'ascolto responsabile. Dal 2019 il programma ha raggiunto oltre 1.500 classi secondarie italiane e spagnole grazie ad un percorso didattico divertente e multidisciplinare che ha reso circa 32.000 studenti veri e propri ambasciatori di una nuova cultura del suono. Workshop con esperti provenienti da diversi ambiti disciplinari e un kit ludico-informativo hanno permesso ai ragazzi di andare alla scoperta dei suoni del passato e del futuro.



**Listen
Responsibly**



**APPROFONDISCI
IL PORTALE CI
SENTIAMO DOPO**

+1 mld

**DI GIOVANI A RISCHIO
PERDITE UDITIVE EVITABILI**

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

31 - Fonte: «Make Listening Safe», World Health Organization, 2015.

+1.500

CLASSI
COINVOLTE

~32.000

STUDENTI
INGAGGIATI

+13.200

UTENTI DELL'APP
LISTEN RESPONSIBLY

+12.500

MISURAZIONI DEL
RUMORE REGistrate

■ WORKSHOP E LABORATORI DIDATTICI

Nel 2022 il progetto è continuato grazie a nuovi contenuti sul portale cisentiamodopo.it dedicati a supportare i docenti nelle attività di didattica, tra cui anche un'intera sezione dedicata a "Le Professioni" del mondo dei suoni. Inoltre, sono stati realizzati **workshop e laboratori didattici** virtuali e in presenza, che hanno coinvolto speaker di rilievo come gli audioprotesisti Amplifon, alcuni esponenti della comunità medica e ospiti esterni come direttori d'orchestra, ricercatori, *sound designer* ed esperti di inclusione.

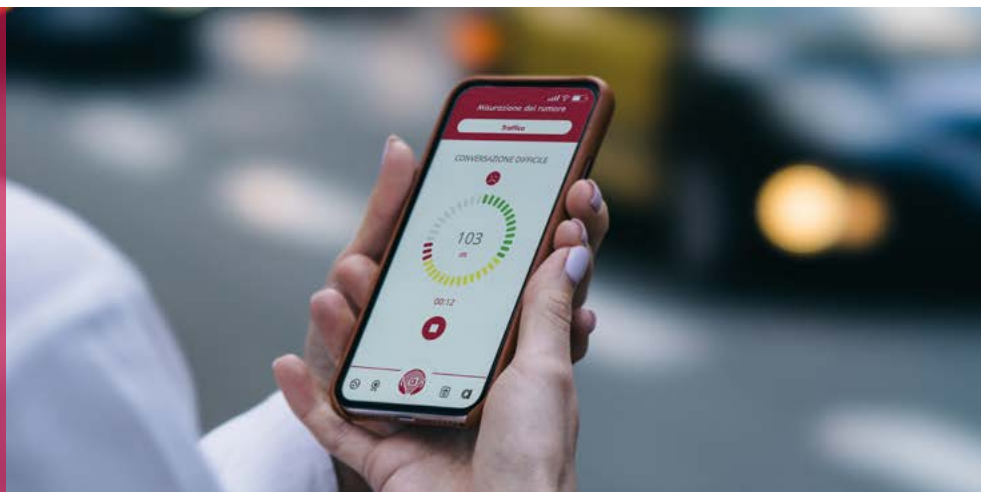
■ APP LISTEN RESPONSIBLY

Il percorso didattico del Programma ha previsto anche un'attività di *citizen journalism*: grazie all'App "Listen Responsibly" gli studenti sono coinvolti come pionieri di una nuova ecologia acustica e sono invitati a rilevare i livelli di rumore degli ambienti utilizzando il *noise tracker* dell'App per dare vita a una **mappa interattiva dell'ecologia acustica delle città** attraverso meccanismi di *gamification*. Ad oggi l'App, disponibile gratuitamente su tutti i principali store digitali, ha registrato più di 13.200 utenti per un totale di oltre 12.500 misurazioni del rumore. Dopo il lancio del *noise tracker* in Italia a gennaio 2020, l'App ha raggiunto anche la Spagna ad aprile 2021 in occasione dell'International Noise Awareness Day, e da gennaio 2022 è stata lanciata anche in Francia.

■ SOCIAL MEDIA

La sensibilizzazione dei giovani sui temi legati alla cura dell'udito è presidiata anche sui social network, dove sviluppiamo una strategia di comunicazione a loro dedicata per diffondere consigli di prevenzione e "messaggi in pillole". Facciamo leva sulle pagine social anche amplificare i messaggi dell'Organizzazione Mondiale della Sanità sui problemi legati ai disturbi dell'udito e al calo dell'udito non trattato in occasione del World Hearing Day, che si tiene ogni anno il 3 marzo.

+14%

DELLA FOLLOWER BASE
DEI NOSTRI SOCIAL MEDIA
RISPETTO AL 2021

4.3 IL RUOLO DELLE FONDAZIONI PER L'INCLUSIONE SOCIALE

Mettiamo a disposizione conoscenze e *best practice* per contribuire al prezioso lavoro che la Fondazione Amplifon, anche in sinergia con Miracle-Ear Foundation e Fundación GAES Solidaria, svolge per la collettività diffondendo il suono dell'inclusione sociale e consentendo alle comunità più vulnerabili di realizzare i propri progetti di vita.

FONDAZIONE AMPLIFON

■ MISSION

Fondazione Amplifon Onlus è nata in Italia all'inizio del 2020, in occasione del 70° anniversario del Gruppo, con l'obiettivo di permettere a chi vive situazioni di svantaggio una **piena realizzazione umana e sociale**, e con una particolare attenzione agli anziani in condizione o a rischio di marginalizzazione. Attraverso una serie di progetti per contrastare l'isolamento, in particolare verso le generazioni più *senior*, la Fondazione promuove una **cultura inclusiva** per supportare la partecipazione attiva alla vita sociale, culturale e professionale delle persone. Aggregando le migliori energie, idee e professionalità del mondo pubblico e privato, l'obiettivo è riportare al centro il ruolo e il patrimonio di vita e conoscenza dei nostri nonni, in un'ottica di condivisione ed esperienze intergenerazionali.

■ STRATEGIA E COLLABORAZIONE

La strategia operativa della Fondazione è stata pensata coerentemente ai valori Amplifon e disegnata per far leva sull'esperienza e le competenze del Gruppo ed il lavoro delle altre Fondazioni, attive negli Stati Uniti e in Spagna. Il percorso della Fondazione continua a evolvere grazie al contributo di numerosi partner e stakeholder, tra cui gli Enti del Terzo Settore, nonché operatori specializzati e volontari che, ogni giorno, rappresentano uno stimolo per promuovere una società sempre più inclusiva. Nel 2022, le persone che lavorano in Amplifon hanno partecipato in maniera decisiva all'implementazione dei progetti promossi dalla Fondazione, sia contribuendone fattivamente alla mission, sia partecipando alle sue campagne di raccolte fondi.



APPROFONDISCI
LE ATTIVITÀ E IL
BILANCIO SOCIALE
DELLA FONDAZIONE
AMPLIFON



~150

LE RSA COINVOLTE DAL
PROGETTO "CIAO!"

+15.000

GLI ANZIANI
RAGGIUNTI

+150

I DIPENDENTI AMPLIFON
COINVOLTI

■ IL PROGETTO CIAO!



Nato all'inizio del 2021 a seguito di una prima esperienza durante la pandemia, "Ciao!" è oggi un incredibile progetto nazionale, diffuso in tutto il Paese, con un numero sempre crescente di residenze per anziani (RSA) connesse e coinvolte in **attività di intrattenimento** (es. silver yoga, viaggi digitali, arte terapia, musical, giochi, ecc.). Con l'**obiettivo di contribuire al benessere e all'inclusione sociale degli anziani ospiti delle strutture di accoglienza**, e grazie alle migliori tecnologie di video connessione disponibili sul mercato, le strutture vengono connesse ad una piattaforma comune che consente loro di partecipare alle attività progettuali ed interagire fra loro con sistemi video da 85 pollici, casse e microfoni ambientali.

In ottica di continuare nel processo di connessione digitale delle strutture e di potenziare il coinvolgimento comunitario, le strutture stesse hanno sviluppato contenuti specifici (es. attività di stimolazione cognitiva e giochi di società, memoria e attenzione selettiva, letture di giornali, attività musicali e di intrattenimento, momenti di preghiera) assumendo il ruolo di comunità e piattaforma sociale in grado di dare forza ad un messaggio di valorizzazione dell'anziano, anche attraverso specifici progetti di comunicazione, come ad esempio "Racconti tra generazioni".

RACCONTI TRA GENERAZIONI

"Racconti tra generazioni" è il progetto della Fondazione Amplifon che dà voce agli anziani residenti nelle RSA coinvolte dal progetto "Ciao!", i quali si raccontano e offrono il loro punto di vista sulla società tramite interviste condotte con i sistemi di video-connessione installati. In questo modo, gli anziani hanno l'opportunità di raccontarsi, facendo riscoprire a tutti il valore della memoria, nella consapevolezza dell'enorme patrimonio di esperienza che risiede nei nostri anziani e nelle storie che hanno da raccontare.



APPROFONDISCI

LA RACCOLTA DI
TUTTE LE INTERVISTE
È DISPONIBILE SUL
[CANALE YOUTUBE](#)
DI FONDAZIONE
AMPLIFON, COSÌ COME
SUI CANALI [LINKEDIN](#) E
[FACEBOOK](#).

CIAO! C'È UN REGALO PER TE



Anche quest'anno, in occasione del Natale, la Fondazione Amplifon ha chiesto a 13 RSA di 10 città italiane coinvolte nel progetto "Ciao!" di raccogliere alcuni dei desideri di Natale dei loro ospiti. Grazie alla collaborazione di più di 120 dipendenti Amplifon e a un partner di progetto, sono stati esauditi più di 300 desideri. Nel mese di dicembre i doni sono stati poi consegnati in alcuni casi insieme ai volontari Amplifon che hanno potuto così conoscere di persona il "proprio" anziano e vivere un momento di festa, scambio di esperienze, storie e racconti di vita.

■ WE CARE_CIAO!

Grazie alla sinergia tra il Programma "We Care" di Amplifon e i progetti della Fondazione, a maggio 2022 i dipendenti del dipartimento Corporate IT di Amplifon si sono recati presso una RSA di Milano per una giornata di team building, impegno e condivisione, costruendo insieme gli arredi per il giardino della struttura (tavoli, panchine e aiuole sospese). Questa iniziativa di volontariato ha coinvolto circa 80 persone che hanno potuto contribuire al miglioramento della vita degli ospiti della RSA in maniera concreta.

■ VIVA GLI ANZIANI

Anche nel 2022 la Fondazione ha sostenuto il programma "Viva gli Anziani", sviluppato dalla Comunità di Sant'Egidio, per garantire il supporto e l'assistenza ai senior delle città Italiane, contrastando la solitudine e l'isolamento e puntando sulla domiciliarità. A Milano, tramite il primo progetto sviluppato nel Quartiere Corvetto grazie alla Fondazione Amplifon, **120 persone** hanno beneficiato di monitoraggio telefonico continuo, assistenza in presenza e affiancamento quando necessario (visite mediche, acquisto di prodotti alimentari, ecc.). Circa **30 dipendenti di Amplifon** hanno partecipato a tale programma di volontariato sostenendo e facendo compagnia agli anziani tramite conversazioni telefoniche che, oltre a garantire sostegno e conforto, sono utili per monitorare lo stato di benessere dei *senior* che partecipano all'iniziativa. Anche grazie a momenti in presenza, laddove possibile, si sono creati legami, sono nate amicizie e vi è stata la possibilità di scambiarsi dei piccoli pensieri in occasione della Pasqua e del Natale.



■ LET'S DREAM

"Let's dream! È sempre tempo di sognare" è un'iniziativa realizzata dalla Fondazione Amplifon in collaborazione con i dipendenti Amplifon, con lo scopo di realizzare i sogni degli anziani ospiti residenti nelle strutture del progetto "Ciao!". Nel 2022 sono stati realizzati i primi due sogni. Il primo ha portato il cantante italiano Bobby Solo a esibirsi di fronte a una platea di quasi 100 anziani, con una cena offerta e servita da volontari Amplifon. Il secondo sogno esaudito è stato quello di una signora novantaquattrenne che, grazie al supporto dei volontari Amplifon, è tornata al suo posto del cuore, ovvero la baia del Silenzio di Sestri Levante (Liguria). Entrambi i momenti sono stati estremamente emozionanti e hanno contribuito alla riflessione circa l'importanza dei ricordi che ci aiutano a vivere meglio il presente e la vita di tutti i giorni.



MISSIONE AMICIZIA CON FONDAZIONE GERONIMO STILTON

In occasione della Festa dei Nonni, il 2 ottobre 2022, in partnership con Fondazione Geronimo Stilton, Fondazione Amplifon ha lanciato Missione Amicizia, un racconto inedito firmato Geronimo Stilton in una edizione speciale realizzata in esclusiva da Edizioni Piemme, per celebrare e promuovere l'incontro tra generazioni. Il libro è stato distribuito gratuitamente in tutti i negozi Amplifon in Italia, a volte anche tramite *roadshow*, al fine di spiegare ai più piccoli l'importanza dei rapporti fra generazioni ed il profondo valore sociale della relazione che unisce nonni e nipoti.

■ OBIETTIVO3

Data l'importanza dell'inclusione sociale nella sua *mission*, anche nel 2022 Fondazione Amplifon ha sostenuto Obiettivo 3, l'iniziativa ideata da Alex Zanardi per coinvolgere atleti disabili e avviarli allo sport. Nei suoi primi tre anni di attività, Obiettivo3 ha reclutato e sostenuto più di 70 atleti, che trovano nei loro compagni un punto di riferimento per coltivare la loro passione per lo sport.

■ IO SONO – FESTIVAL DELL'UMANO

A settembre 2022 la città di Milano ha ospitato il Festival dell'Umano, un evento che ha permesso a più di 600 persone (tra studenti, professionisti e aziende) di dialogare, riflettere e confrontarsi sul ruolo delle persone nella società. Il festival ha portato al centro della riflessione la inter-generazionalità e l'invecchiamento attivo, intesi come possibilità di realizzazione della persona indipendentemente dall'età, tramite uno scambio generazionale continuo. Nell'incontro tra la *mission* di "Io Sono" e la vision della Fondazione Amplifon vi è una comunione di intenti che mette al centro la persona, ed in particolare l'attenzione e l'apertura al prossimo come prima forma di accettazione dell'altro e quindi di inclusione.

■ LA FONDAZIONE E LE RELAZIONI ESTERNE

Fare conoscere il proprio operato, e soprattutto i propri valori e la propria *mission*, rientra tra le attività centrali della Fondazione Amplifon, che cerca di misurare il proprio impatto anche assicurando un certo *outreach* comunicativo. Per questo, nel 2022 la Fondazione ha consolidato la propria presenza sui canali social tramite un robusto aumento delle interazioni su LinkedIn e avviando la pagina Facebook un account su Instagram ed infine il canale YouTube, nonché lanciando una newsletter trimestrale sui progressi e gli aggiornamenti della Fondazione.



APPROFONDISCI
PER SOSTENERE I
PROGETTI DELLA
FONDAZIONE
AMPLIFON

SUPPORTO ALLE POPOLAZIONI UCRAINE

In occasione dell'emergenza umanitaria in Ucraina, Fondazione Amplifon e Amplifon hanno agito tempestivamente attraverso l'UNHCR, l'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati. Nel febbraio 2022 **Amplifon ha donato a UNHCR 1 milione di euro**, destinati a favore della popolazione civile ucraina intrappolata dai bombardamenti o in cerca di rifugio nelle aree di accoglienza dentro il Paese. Grazie al coordinamento di Fondazione Amplifon, a tale donazione è stata seguita una raccolta fondi tra le persone del Gruppo, raccogliendo oltre 60.000 euro.

Inoltre, la Fondazione Amplifon ha partecipato a due missioni di monitoraggio organizzate dall'Alto Commissariato insieme al Ministero degli Affari Esteri italiano. In una di queste occasioni, Fondazione Amplifon ha avuto modo di osservare in prima persona le azioni che sono state messe in atto da UNCHR in Ucraina e al confine con la Moldavia, presso il crossing point di Palanca (a 50km da Odessa) e presso il centro MOLDEXPO nella capitale Chisinau, dove i profughi sono assistiti da UNHCR e i suoi partner.

INSIDE OUT

Dal 31 gennaio al 14 febbraio 2023 la Piazza del Duomo di Milano è stata teatro di una straordinaria edizione del progetto "Inside Out" dello *street artist* JR e organizzato grazie al contributo di Fondazione Amplifon. Le facciate del Museo del '900 sono state ricoperte da oltre 1.000 ritratti dei volti degli anziani ospiti delle RSA italiane facenti parte del progetto "Ciao!". Per circa sei mesi gli studenti del Corso di Fotografia dell'Accademia di Brera di Milano hanno visitato le RSA italiane per incontrare gli anziani ospiti e coinvolgerli nel progetto, scattando i loro ritratti. Gli stessi ritratti sono stati poi anche esposti nelle stesse RSA coinvolte nel progetto: in particolare, nello storico quartiere di Corvetto i volontari Amplifon hanno affisso sui muri esterni di due RSA più di 100 ritratti rappresentanti gli anziani ospiti delle due strutture.

Inaugurata in occasione del terzo compleanno della Fondazione, l'installazione ha l'obiettivo di dare voce agli anziani e sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza del loro ruolo e del confronto tra diverse generazioni. In questa occasione, la Fondazione ha anche ospitato la cena di raccolta fondi a Palazzo Reale.



MIRACLE-EAR FOUNDATION

Risalente al 1990, la Miracle-Ear Foundation ha lo scopo di aiutare le persone con sofferono di perdita dell'udito e che non sono in grado di accedere alle cure a causa della mancanza di risorse finanziarie, migliorando così le loro vite. I diversi programmi sociali della Miracle-Ear Foundation sono sostenuti sia dai negozi diretti e che dai *franchisee* appartenenti al network di Miracle-Ear.

■ GIFT OF SOUND

"Gift of Sound" è il programma principale della Fondazione Miracle-Ear, tramite il quale sono donati apparecchi acustici e forniti servizi gratuiti, assistenza e *follow-up* a persone e famiglie in difficoltà. Nel 2022 la Fondazione ha fornito servizi per l'udito a oltre 3.200 bambini e adulti, **donando quasi 6.000 apparecchi acustici** e il relativo servizio di assistenza post-vendita, con il diretto coinvolgimento nei negozi Miracle-Ear. Sin dal primo lancio del programma, 30 anni fa, Miracle-Ear Foundation ha fornito circa 40.000 apparecchi acustici a quasi 21.000 persone.

■ HEAR AGAIN

Attraverso il programma "Hear Again", i clienti di Miracle-Ear possono portare i loro vecchi dispositivi acustici inutilizzati e regalarli alla Fondazione per essere successivamente ricondizionati, anche al fine di supportare il programma "Gift of Sound" e aiutando così a consolidare il rapporto tra i donatori e i beneficiari della famiglia Miracle-Ear. Solo nel 2022 sono stati circa 2.700 gli apparecchi acustici che la Fondazione ha ricondizionato e donato.



+6.000APPARECCHI ACUSTICI
DONATI NEL 2022**~2.700**APPARECCHI ACUSTICI
RIGENERATI NEL 2022**~220.000**PROTEZIONI PER L'UDITO
DISTRIBUITE NEL 2022

■ ONE DAY WITHOUT SOUND

La campagna di sensibilizzazione "One Day Without Sound", una pietra miliare del programma di prevenzione della Fondazione, ha l'obiettivo di far capire alle persone che cosa significhi convivere con l'ipoacusia, una condizione che crea grandi difficoltà sia a scuola che nel lavoro, chiedendo ai partecipanti di provare a vivere un giorno senza suoni indossando due piccoli tappi, per sperimentare direttamente una condizione di ipoacusia. Nel 2022 circa 220.000 protezioni per l'udito sono state distribuite dai negozi di Miracle-Ear a numerosi partecipanti che si sono impegnati a vivere l'esperienza di un giorno senza udito.

■ MIRACLE MISSIONS

Nel 2022 la Fondazione, in collaborazione con i franchisee del network Miracle Ear, ha identificato tre comunità bisognose degli Stati Uniti come destinatarie di specifiche missioni di consegna di apparecchi acustici (*Miracle Missions*). Le missioni sono state eseguite tra settembre e dicembre 2022, per un totale di 8 giorni, con centinaia di audiologi e volontari. Insieme, hanno regalato a oltre 260 persone bisognose oltre 500 apparecchi acustici, garantendone anche tutti i servizi di assistenza durante la loro vita utile.



APPROFONDISCI
IL PROGETTO GIFT
OF SOUND



FONDAZIONE GAES SOLIDARIA

GAES Solidaria, nata nel 1996 e consolidata come Fondazione nel 2018, unisce dipendenti, manager, collaboratori e clienti con un obiettivo comune: riempire la vita di chi ne ha più bisogno con suoni, musica, comunicazione, felicità.

■ MISSIONE E PARTECIPAZIONE ATTIVA

La missione di GAES Solidaria è fornire opportunità alle persone con un calo uditivo e senza risorse finanziarie in modo che possano sviluppare le loro abilità linguistiche e comunicative attraverso lo sviluppo di progetti uditivi locali e internazionali. La Fondazione estende le linee d'azione originarie di GAES Solidaria attraverso i premi assegnati alla comunità medica che promuove la ricerca relativa alla cura dell'udito. Inoltre, è un mezzo per sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza dell'assistenza sanitaria uditiva come elemento base del benessere. Più di 650 dipendenti donano volontariamente 1 euro del loro stipendio mensile per realizzare un progetto di solidarietà, di cui GAES raddoppia l'importo raccolto. Grazie a tale iniziativa, dal 2008 al 2022, **41 progetti sono diventati realtà con oltre 210.500 euro donati**. Inoltre, i dipendenti di GAES contribuiscono e prestano le loro competenze offrendosi volontari per specifiche iniziative.

■ SPEECH THERAPY & OÍDOS DEL TIBET

“Speech Therapy” è un progetto svolto in collaborazione con la Fondazione Vicente Ferrer a Anantapur (India) e gestito da un team multidisciplinare che fino ad ora ha aiutato oltre 40 i bambini con problemi di udito della scuola di Bukaraya Samudram ad usare il linguaggio orale con l'aiuto di apparecchi acustici. Invece, “Oídos del Tíbet” è un progetto svolto insieme alla Fondazione Casa del Tibet a Dharamsala (India) nell'ambito del quale professionisti della cura dell'udito eseguono esami dell'udito e forniscono nuovi apparecchi acustici alla popolazione locale.



fundación
GAES
solidaria



APPROFONDISCI
PROGETTO
“OÍDOS DEL TÍBET”

PROGETTO
“SPEECH THERAPY”

■ I NUOVI PROGETTI

Nel 2022 la Fondazione ha collaborato a nuovi progetti collegati all'ascolto e all'inclusione. In particolare, ad agosto alcuni audiologi volontari hanno offerto controlli dell'udito ai bambini di campi profughi del Sahrawi che hanno passato l'estate con famiglie spagnole. Inoltre, la Fondazione ha collaborato nuovamente con Caritas Barcellona, elargendo una donazione per finanziare parte del costo di uno spazio co-abitativo per anziani.

Questi spazi sono appartamenti condivisi per persone oltre i 64 anni di età che hanno pensioni minime, sono isolati socialmente o non hanno un alloggio.



4.4 IL CENTRO RICERCHE E STUDI AMPLIFON

Grazie alle attività di ricerca e formazione sponsorizzate dal Centro Ricerche e Studi Amplifon (CRS), contribuiamo alla diffusione delle informazioni sulla salute uditiva basate su evidenze cliniche, diffondendo all'interno della comunità medico-scientifica la cultura del progresso e dell'innovazione in ambito audiologico e otologico.

Il Centro Ricerche e Studi Amplifon è stato fondato da Algernon Charles Holland nel 1971 per consolidare gli investimenti e le risorse dell'azienda verso lo sviluppo, la ricerca e la formazione in ambito audiologico e otologico. Nato in Italia e oggi attivo anche in Spagna e Francia, il CRS ha da sempre l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla condivisione della conoscenza scientifica in collaborazione con istituti universitari e società scientifiche nazionali ed estere. Dalla sua nascita, solo in Italia ha organizzato più di 750 tra corsi e convegni scientifici, oltre ad aver sostenuto pubblicazioni di interesse scientifico e borse di studio.

■ ATTIVITÀ FORMATIVA

I corsi di formazione costituiscono un'importante occasione per approfondire temi legati al benessere uditivo, ai servizi audiologici e alla prevenzione. Grazie al supporto del CRS, ogni anno gli argomenti più attuali in audiologia e otorinolaringoiatria vengono discussi e approfonditi nell'ambito di corsi nazionali e internazionali, che vedono l'intervento di speaker di fama mondiale. Dal 2020 il CRS si è focalizzato sulla comunicazione digitale, sponsorizzando la realizzazione della testata online **ORL.news**, il primo portale di aggiornamento e formazione per medici e operatori sanitari che si occupano di otorinolaringoiatria. Ad oggi il sito ha sviluppato una vera e propria community digitale che conta **oltre 4.000 specialisti**, e sono stati realizzati contenuti con più di 80 professionisti clinici provenienti da tutta Italia. Le pubblicazioni sono vagliate da un comitato editoriale che funge da garante della qualità dei contributi proposti. I membri del board, in particolare, sono sette giovani specialisti distinti per la propria attività di ricerca scientifica in ambito ORL: quasi tutti sono stati vinci-



APPROFONDISCI
CENTRO RICERCHE
E STUDI AMPLIFON

orl.
news



APPROFONDISCI
VISITA IL PORTALE
ORL.NEWS

+750

CORSI E CONVEGNI
SCIENTIFICI ORGANIZZATI

tori di borse di studio CRS. Nel corso del 2022, il CRS si è posto come obiettivo primario l'erogazione di contenuti scientifici customizzati sulla base del profilo di specializzazione del medico specialista. Tale obiettivo è stato perseguito attraverso il rilancio del sito, sempre più *mobile-friendly*, grazie a contenuti dinamici che vengono suggeriti all'utente sulla base degli ultimi argomenti selezionati. Per la formazione professionale, tramite ORL.news sono stati periodicamente proposti ai medici nuovi corsi FAD (Formazione A Distanza), regolarmente accreditati ECM, tra cui corsi di approfondimento sulla Telemedicina e sull'Imaging otoradiologico.

■ BASIC SCIENCE IN AUDIOLOGY

Nel 2022, in partnership con le Scuole di specializzazione italiane, il CRS ha sostenuto la seconda edizione del "Basic Science in Audiology", un'offerta formativa dedicata agli specializzandi in Otorinolaringoiatria, Audiologia e Foniatria. Per il progetto sono state svolte vere e proprie lezioni universitarie, facenti parte del percorso di specializzazione dei giovani medici. Nel 2022, l'evento ha visti coinvolti gli specializzandi del 3° e 4° anno per un totale di **oltre 350 partecipanti** nel complesso, 3 sessioni in presenza e più di 60 relatori ingaggiati.

■ CONGRESSI E SCHOLARSHIP

Nel 2022, in continuità con l'anno precedente, il CRS è stato presente ai Congressi di maggiore spicco nel panorama otorinolaringoiatrico, foniatrico ed audiologico, tra cui il Congresso Nazionale della Società Italiana di Otorinolaringoiatria e Chirurgia Cervico-Facciale (SIO), realizzato quest'anno in presenza. L'ultimo grande evento del 2022 è stato il ventesimo Congresso AIOLP (Associazione Italiana Otorinolaringoiatri Libero Professionisti), durante il quale è stato discusso di quanto la pandemia abbia rappresentato un banco di prova cruciale per convincere la comunità dei clinici e dei pazienti della bontà dell'evoluzione digitale della telemedicina, applicata nello specifico anche in audiologia per le attività di diagnostica e monitoraggio. In tale occasione il CRS ha presentato i primi risultati di una ricerca in corso relativa a uno dei progetti di telemedicina più innovativi, legati sia al CRS sia ad Amplifon: **Otoremote**, un sistema di tele-audiologia su dispositivo mobile che permette controlli costanti e test dell'udito da remoto ottimizzando costi e tempi.

■ ATTIVITÀ EDITORIALE

Per sostenere la formazione degli specialisti, il CRS Amplifon offre l'accesso a una delle più ricche biblioteche private in campo audiologico e otorinolaringoiatrico, inclusiva delle più autorevoli riviste internazionali del settore. Dal 2020, questa biblioteca è ampliata dalle pubblicazioni consultabili digitalmente sul sito OrL.news, e sempre in espansione. Tra le principali attività del 2022, ha avuto particolare rilevanza la divulgazione del volume creato in occasione del bicentenario della scomparsa dell'anatomista italiano Alfonso Corti nel 1851 "*The discovery of hearing organ*". Grazie ad autori di spicco, il libro ripercorre la storia dell'audiologia, celebrando la scoperta dell'organo uditivo, e fornisce al lettore un background storico sulla ricerca di base che ha consentito nuovi trattamenti per i pazienti affetti da perdita dell'udito. Infine, il CRS ha portato avanti anche quest'anno la pubblicazione trimestrale del **CRS Scientific Journal** che, redatto in lingua inglese e condiviso con tutti i Paesi del Gruppo, è stato anche pubblicato in lingua italiana nella sezione Pubblicazioni di OrL.news. Ciò è reso possibile grazie alla collaborazione di un panel internazionale di specialisti di Amplifon, che analizza regolarmente i paper scientifici più attuali per redigere brevi relazioni e revisioni critiche della letteratura di settore.

7 ENERGIA PULITA
E ACCESSIBILE



12 CONSUMO E
PRODUZIONE
RESPONSABILI



05

Ethical Behavior

Ci impegnamo ad operare in maniera responsabile lungo l'intera catena del valore e nel rispetto dell'ambiente, garantendo massima trasparenza verso i nostri stakeholder





5.1 IL RISPETTO PER L'AMBIENTE

In linea con il nostro Codice Etico e la Policy di Sostenibilità, siamo sempre più attenti verso le questioni ambientali e le sfide poste dal cambiamento climatico, e monitoriamo le nostre attività non solo a livello di uffici e negozi, ma rispetto all'intera catena del valore. Infatti, quest'anno presentiamo per la prima volta l'impronta carbonica complessiva del Gruppo, a seguito del completamento dell'inventario delle emissioni indirette di Scopo 3.

Nonostante il nostro modello di business sia basato sul *retail* e sull'offerta di servizi per la cura dell'udito, e non preveda alcuna attività industriale o produttiva, siamo consapevoli che una visione a tutto tondo della nostra impronta ambientale sia fondamentale per rendere il nostro business sempre più sostenibile, favorendo i processi di efficientamento e dematerializzazione propri del business, nel pieno rispetto delle norme ambientali vigenti. Tale impegno è attuato tramite specifiche iniziative di promozione della responsabilità ambientale, anche al fine di sensibilizzare i dipendenti su tali tematiche, sia a livello globale sia con un focus specifico a livello locale.

■ INIZIATIVE GLOBALI

Nel corso del 2022 è iniziato, a partire da alcuni negozi dei principali Paesi europei, il roll-out del **nuovo store format** con un nuovo design architettonico che prevede l'illuminazione a LED, l'installazione di impianti di riscaldamento/raffrescamento efficienti, e specifici moduli per la raccolta delle batterie esauste da parte dei clienti. A supporto di ciò, i facility team locali, responsabili per le tematiche ambientali di uffici e negozi, sono costantemente coinvolti in iniziative di efficientamento e ottimizzazione dei consumi energetici. Internamente, a gennaio 2023 abbiamo lanciato sulla nostra intranet aziendale la rubrica mensile *Sustainable Waves*, che mira a sensibilizzare i dipendenti sulle tematiche di sostenibilità e su come queste vengono gestite nell'ambito del nostro Piano di Sostenibilità.

Tra le attività sviluppate localmente, vi sono iniziative dedicate alla circolarità e alla corretta gestione dei rifiuti, tra cui la raccolta delle batterie usate e la rigenerazione degli audiometri per eseguire test dell'udito. Infine, nel 2022 la nostra filiale spagnola (*Amplifon Ibèrica*) ha conseguito la certificazione ambientale **ISO 14001** per la propria sede centrale ed il magazzino.

~52%

DELL'ENERGIA ELETTRICA
ACQUISTATA PROVIENE DA
FONTI RINNOVABILI

~5.700

TON CO_{2e}

EVITATE GRAZIE
ALL'ACQUISTO DI ENERGIA
ELETTRICA RINNOVABILE

-14%

L'INTENSITÀ ENERGETICA
RISPETTO AI LIVELLI
PRE-PANDEMICI

CONSUMI ENERGETICI

■ FONTI DI ENERGIA RINNOVABILE

Rispetto all'anno scorso, nel 2022 la quota di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili è **aumentata dal 30% a circa il 52%**, con un numero di **9 Paesi coinvolti** in questa *best practice*. I nostri uffici e negozi diretti in Italia, Germania, Olanda, Portogallo, Francia e in parte anche in Australia, Regno Unito, Spagna e Svizzera, nel 2022 si sono riforniti di **energia elettrica certificata come proveniente da fonti rinnovabili**, tramite l'ottenimento di certificati di Garanzie di Origine. Ciò ha permesso di evitare l'emissione di circa 5.700 tonnellate di CO_{2e} (calcolate secondo l'approccio Market-based). Tale pratica, in linea con il nostro Piano di Sostenibilità, sarà progressivamente estesa ad altri Paesi del Gruppo, contribuendo così ad una quota sempre maggiore di CO_{2e} indiretta evitata e al raggiungimento del nostro target del 70% entro la fine del 2023.

■ MONITORAGGIO DEI CONSUMI

Nel 2022 abbiamo continuato a monitorare i consumi energetici delle sedi centrali e del network di negozi diretti, con l'obiettivo di fornire ai nostri stakeholder una panoramica delle nostre performance quanto più completa e trasparente possibile, e anche a supporto del completamento della nostra impronta carbonica. Anche nel 2022 il riscaldamento, il condizionamento e l'illuminazione dei nostri uffici e negozi hanno costituito la quota maggiore dei consumi energetici del Gruppo. In particolare, durante l'anno sono stati consumati circa 32,6 GWh di energia elettrica, suddivisi tra consumi per i negozi diretti (circa 27,6 GWh, di cui circa il 52% proveniente da fonti rinnovabili) e sedi centrali (circa 5 GWh, di cui circa il 53% provenienti da fonti rinnovabili). I restanti consumi derivano dal riscaldamento delle sedi e dei negozi, e sono principalmente relativi al consumo di gas naturale e, in misura minore, olio combustibile e teleriscaldamento, nonché al consumo di combustibili connesso alla flotta auto aziendale.

■ INTENSITÀ ENERGETICA

Nonostante nel 2022, alla luce della ripresa delle piene attività di business rispetto ai periodi emergenziali degli anni precedenti, si sia registrato un incremento dei consumi energetici totali di circa il 9% rispetto al 2021 (circa 214 TJ rispetto ai 196 TJ del 2021), il trend di intensità energetica risulta pressoché costante. Infatti, nel 2022 **il rapporto tra il consumo totale di energia e i ricavi risulta essere pari a circa 10,1%, in sostanziale diminuzione rispetto al 2020 e al 2019**, e in linea al 2021.

INTENSITÀ ENERGETICA - CONSUMI TOTALI DI ENERGIA RISPETTO AI RICAVI (GJ/K€)

2022		10,1%
2021		10,0%
2020		10,8%
2019		11,8%

LA NOSTRA IMPRONTA CARBONICA

■ INVENTARIO DELLE EMISSIONI

Nel 2022 abbiamo completato la prima analisi dell'impronta carbonica del Gruppo, in un'ottica di massima trasparenza verso i nostri stakeholder, e in linea con quanto emerso dall'analisi di materialità e con le richieste delle raccomandazioni TCFD che incoraggiano l'analisi dell'intero inventario emissivo. Infatti, oltre al consueto calcolo delle emissioni dirette causate dall'attività del Gruppo (Scopo 1), derivanti dal riscaldamento di sedi e negozi diretti, dal consumo di carburante per i veicoli aziendali e dall'utilizzo di gas refrigeranti, e delle emissioni indirette derivanti dai consumi di energia elettrica e termica acquistata (Scopo 2), abbiamo esteso la nostra analisi a **tutte le altre emissioni indirette identificate dal GHG Protocol³² lungo la catena del valore (Scopo 3)³³**. Tra le 15 sottocategorie emmissive di Scopo 3 identificate dal GHG Protocol, e considerata la natura del business di Amplifon e l'assenza di attività produttive, 12 di esse sono risultate rilevanti e applicabili per il Gruppo, rappresentando circa il 92% della nostra impronta carbonica complessiva. Tale visione d'insieme rappresenta una **solida base quantitativa per lo sviluppo futuro della nostra strategia climatica**, finalizzata a identificare e attuare azioni mirate alla minimizzazione delle nostre principali emissioni.

■ PRINCIPALI EMISSIONI INDIRETTE

Per l'analisi delle emissioni di Scopo 3, è stata svolta una prima fase di "screening" per identificare le sottocategorie emmissive, tra le 15 identificate dal GHG Protocol, che fossero applicabili alla nostra struttura organizzativa e attività di business. Per ciascuna di esse è stata costruita una **metodologia di calcolo specifica**, dipesa anche dalla tipologia e dalla granularità dei dati disponibili³⁴: ove disponibili, sono stati utilizzati dati primari di attività, altrimenti si è optato per l'utilizzo di modelli ibridi, che prevedono la combinazione di dati primari e di speso, o completamente basati sui dati di speso (i.e., metodo *spend-based*³⁵). Se pur il metodo *spend-based*, vista la complessità del calcolo di tali emissioni, ha rappresentato un primo punto di partenza per il calcolo di alcune sottocategorie, ci siamo impegnati e continueremo ad impegnarci, in ottica di miglioramento continuo, ad **integrare progressivamente sempre più dati primari nei modelli di calcolo**, al fine di avere un controllo sempre maggiore sui dati e sulle emissioni e per poter identificare misure di riduzione più efficaci e mirate.

12

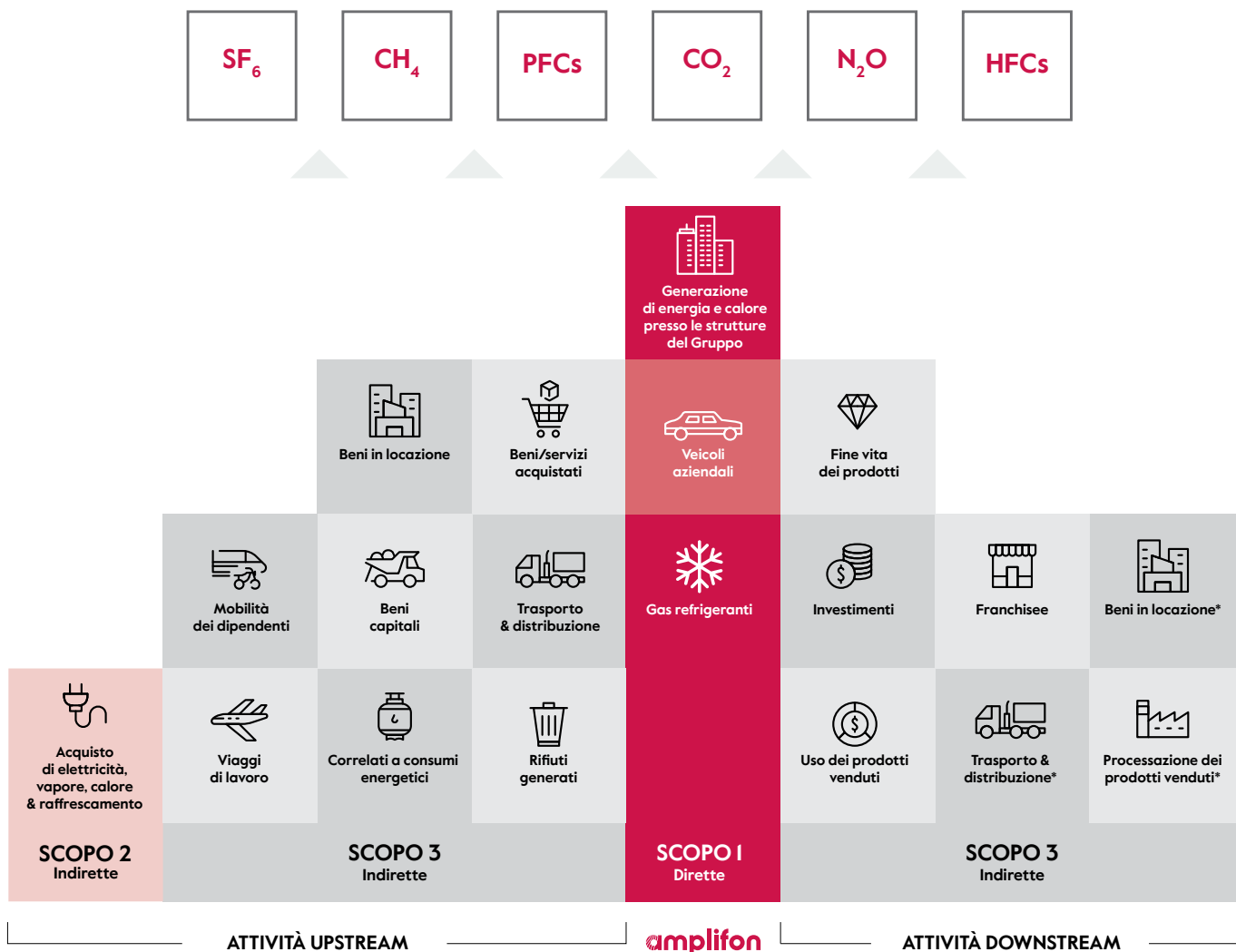
SOTTOCATEGORIE
EMISSIVE DI SCOPO 3
CONSIDERATE RILEVANTI
PER IL GRUPPO

~92%

DELLA NOSTRA IMPRONTA
CARBONICA DERIVA DA
EMISSIONI INDIRETTE
SCOPO 3

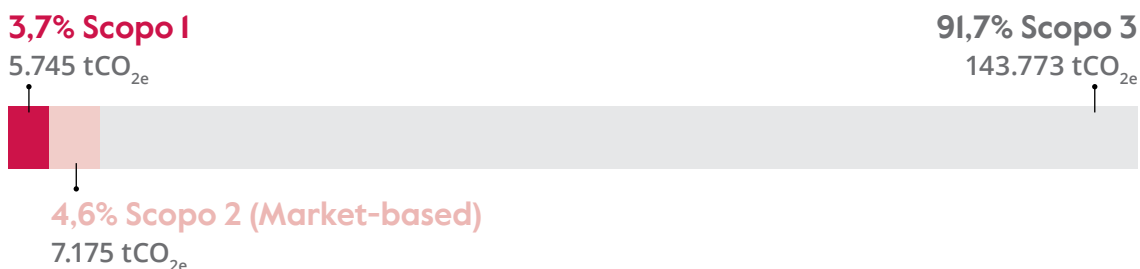


CATEGORIE EMISSIVE SCOPO 1, SCOPO 2 E SCOPO 3



*sottocategoria non applicabile/rilevante per le attività di Amplifon

EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA 2022 PER CATEGORIA



- 32 - Il GHG Protocol stabilisce gli standard per la misurazione e la gestione delle emissioni, e fornisce istruzioni dettagliate e guide che sono state applicate e testate globalmente in diversi settori.
- 33 - Fino al 2021 le analisi delle emissioni di SCOPO 3 erano focalizzate sulle sole emissioni relative alla sottocategoria 3.6, riguardante i viaggi aziendali dei dipendenti.
- 34 - Maggiori dettagli e informazioni riguardo le metodologie di calcolo utilizzate per la stima di ciascuna sottocategoria emissiva sono disponibili nella Nota Metodologica.
- 35 - Il metodo *spend-based* prevede l'utilizzo di fattori di emissione conservativi basati su medie di settore, che causano generalmente una notevole sovrastima delle emissioni, data la mancanza di specificità e di distinzione tra prodotti, servizi e fornitori.

EMISSIONI DI SCOPO 3, 2022 PER SOTTOCATEGORIA, E PRINCIPALI SOTTOCATEGORIE EMISSIVE

3,9% - Scopo 3.6	Viaggi di lavoro
0,1% - Scopo 3.5	Rifiuti generati
3,8% - Scopo 3.4	Logistica (Trasporto e distribuzione upstream)
2,5% - Scopo 3.3	Attività correlate al consumo di combustibili ed energia
15,9% - Scopo 3.2	Acquisto di beni capitali
54,6% - Scopo 3.1	Acquisto di beni e servizi



Scopo 3.1

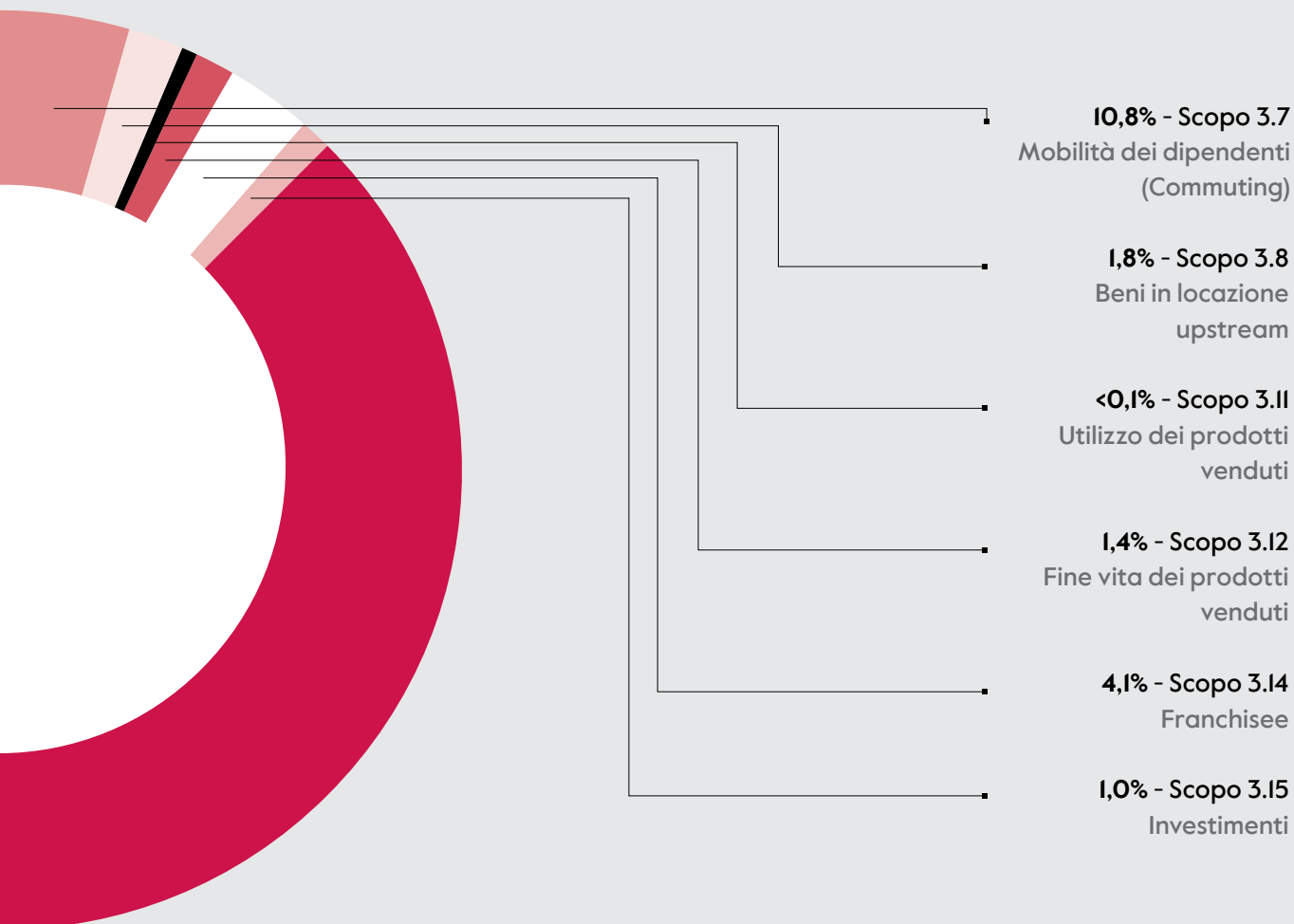
ACQUISTO DI BENI E SERVIZI
(54,6%, 78.551 ton CO_{2e})

Emissioni associate alla produzione di prodotti e servizi acquistati dal Gruppo, principalmente dovute dall'acquisto di servizi di marketing (es. campagne TV, *digital advertising*, *direct mailing*), servizi generali (es. pulizia, riparazione & manutenzione, stampa), consulenze, dispositivi acustici e relativi accessori, e servizi IT. Tali emissioni sono calcolate secondo un approccio ibrido.

Scopo 3.2

ACQUISTO DI BENI CAPITALI
(15,9%, 22.854 ton CO_{2e})

Emissioni associate alla produzione di beni capitali acquistati dal Gruppo, principalmente dovute dall'acquisto di beni per la rete di negozi diretti del Gruppo e attrezzature IT, e calcolate secondo un approccio ibrido.



Scopo 3.7

MOBILITÀ DEI DIPENDENTI (10,8%, 15.584 ton CO_{2e})

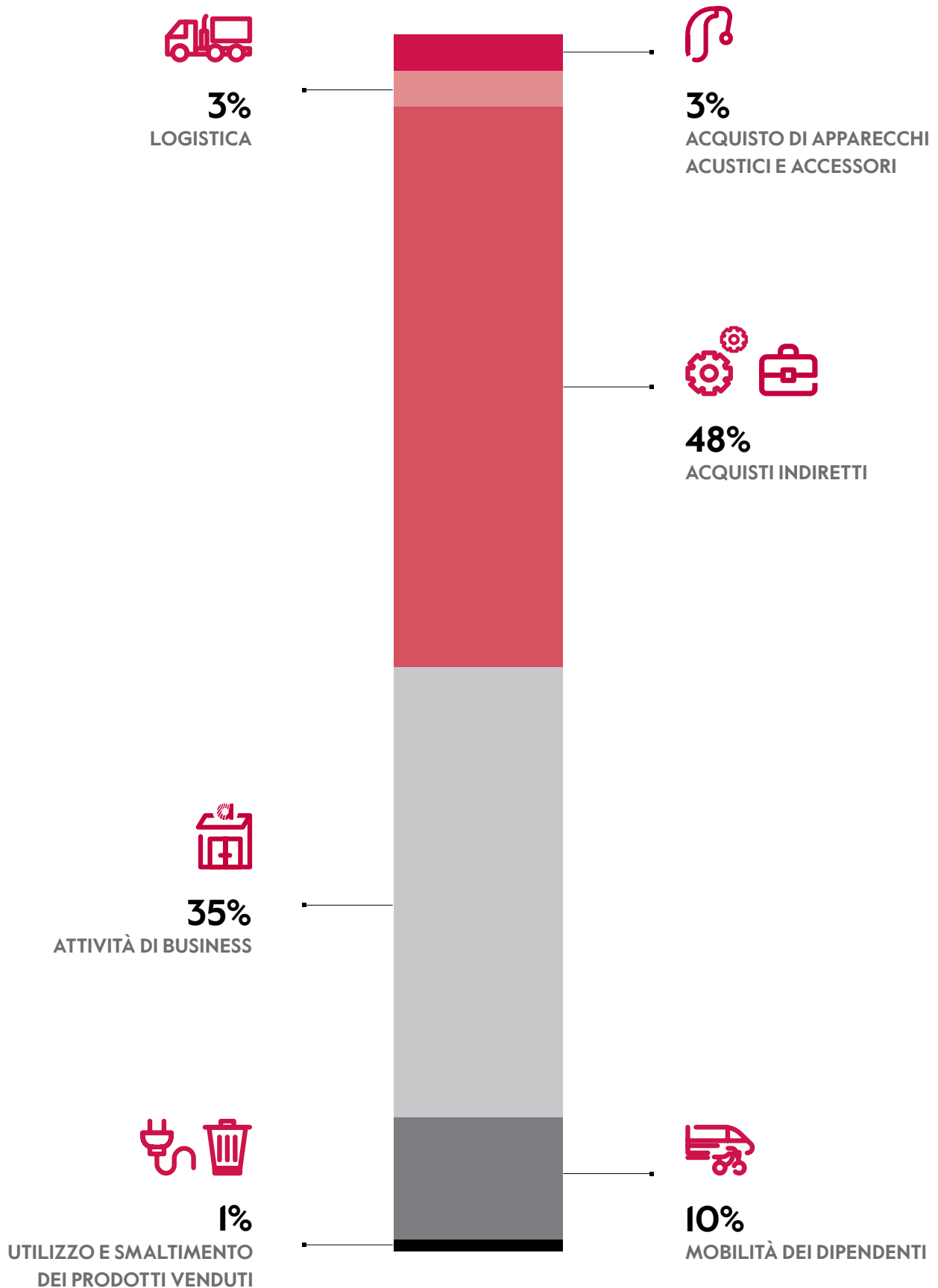
Emissioni associate agli spostamenti dei dipendenti nel tragitto casa-lavoro (*commuting*), calcolate utilizzando i dati primari ottenuti da un'indagine sulla mobilità condotta nel corso del 2022 su un campione significativo di dipendenti.

Scopo 3.4

LOGISTICA UPSTREAM (3,8%, 5.459 ton CO_{2e})

Emissioni generate dal trasporto dei prodotti acquistati dal Gruppo (ad es. apparecchi acustici con relativi accessori e *packaging*), prendendo in considerazione i fornitori diretti, calcolate utilizzando dati primari sia per la logistica dal punto di origine (magazzino del fornitore) ai magazzini di Amplifon, che dai magazzini ai punti vendita.

LA NOSTRA IMPRONTA CARBONICA LUNGO LA CATENA DEL VALORE (% DI EMISSIONI SCOPO 1,2 E 3)



CIRCOLARITÀ E GESTIONE DEI RIFIUTI

■ PRODUZIONE DI RIFIUTI

Nonostante il basso impatto delle nostre attività di business in termini di consumo di risorse, continuiamo a presidiare la corretta gestione dei rifiuti prodotti dalle nostre attività di business, al fine di valutare eventuali strategie di riduzione, e dal 2021 monitoriamo anche i nostri consumi idrici. La quantità di rifiuti prodotti dalle nostre nelle sedi centrali, tra cui principalmente carta, plastica, materiale elettrico, toner di stampanti, nel 2022 si è attestata a circa 276 tonnellate, di cui circa il 96% riferito a rifiuti non pericolosi. A partire da quest'anno, inoltre, abbiamo esteso il monitoraggio dei rifiuti prodotti anche alla nostra rete di negozi diretti, dove la quantità di rifiuti prodotti nel 2022 si è attestata a circa 409 tonnellate, di cui circa il 97% riferito a rifiuti non pericolosi. La percentuale di rifiuti complessivamente riciclata risulta essere pari al 44%, in aumento rispetto al 32% dello scorso anno. I consumi idrici totali, relativi ai soli usi civili negli uffici e nei negozi diretti, nel 2022 sono stati stimati pari a circa 131 migliaia di metri cubi.

■ RISPARMIO DELLE BATTERIE

Guardando all'intera catena del valore, il nostro business ci offre molte opportunità anche in termini di riduzione dei rifiuti connessi all'utilizzo dei nostri prodotti. Grazie alla vendita e all'utilizzo di apparecchi acustici ricaricabili, nel 2022 abbiamo contribuito al **risparmio di circa 194 milioni di batterie annue** che altrimenti sarebbero state utilizzate dai clienti, in aumento del 48% rispetto a quanto registrato nel 2021³⁶. Come formalizzato nel nostro Piano di Sostenibilità, tali impatti positivi saranno sempre più consistenti a seguito della crescente diffusione di soluzioni ricaricabili tra i nostri clienti.

36 - La quantità di batterie annue "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.

~194 mln

DI BATTERIE RISPARMIATE
ANNUE GRAZIE ALLA
VENDITA DEI DISPOSITIVI
ACUSTICI RICARICABILI



■ PRINCIPALI INIZIATIVE LOCALI PER LA CORRETTA GESTIONE DEI RIFIUTI ELETTRONICI (RAEE)

SOSTITUZIONE E RIUTILIZZO DEGLI AUDIOMETRI

All'interno della nostra rete di negozi in Italia è stata avviata la progressiva sostituzione degli attuali audiometri Aurical con gli Otopad, un tablet più piccolo e pratico del precedente audiometro per eseguire in maniera più efficace i test dell'udito. Nell'ambito di tale progetto, è stato previsto, dove possibile, il recupero degli Aurical che vengono ricondizionati e forniti ad altri negozi del Gruppo in sostituzione della strumentazione precedente, smaltita poi come rifiuto elettronico. Tipicamente gli Aurical sono riutilizzati in Paesi con negozi già esistenti ma in fase di espansione (ad es. in caso di nuove stanze per test audiologici), in punti vendita che abbiano riscontrato guasti, o in caso di acquisizione di nuovi negozi dotati di strumentazione datata. Nel 2022 tale progetto è stato implementato in Italia dove, a fronte di circa 110 Otopad installati, 50 Aurical sono stati riutilizzati e distribuiti ad altri Paesi, altri sono stati ricondizionati e riutilizzati per esigenze in Italia o saranno spediti nella prima parte del 2023, mentre solo una piccola parte è stata smaltita in quanto non idonea al riutilizzo.

RACCOLTA DELLE BATTERIE ESAUSTE

In alcuni Paesi, tra cui Olanda e Australia, i negozi sono forniti di punti di raccolta per le batterie usate dai clienti per i loro dispositivi acustici non ricaricabili. In particolare, in Olanda la corretta gestione di tali batterie è garantita da un servizio di raccolta gratuito offerto dallo stato olandese, che su richiesta si occupa di ritirare le batterie direttamente al negozio. Inoltre, il nuovo formato di negozio, attualmente in fase di roll-out, prevede l'installazione di specifici moduli per la raccolta delle batterie esauste.

SOSTITUZIONE COMPUTER PERSONALI

Nel 2022, presso la sede centrale in Belgio, tutti i pc e i monitor delle postazioni dei dipendenti sono stati sostituiti con modelli più moderni e a maggior efficienza energetica. Questo progetto di rinnovo dell'attrezzatura informatica ha previsto l'ingaggio di una compagnia specializzata, che si è occupata di garantire la corretta gestione degli apparecchi sostituiti. I potenziali rifiuti elettronici sono stati ricondizionati ove possibile, altrimenti smaltiti secondo le norme locali. Gli apparecchi ricondizionati sono stati donati o venduti, con i relativi profitti devoluti in beneficenza.



IL PACKAGING ECO-SOSTENIBILE DEI PRODOTTI AMPLIFON

Nel 2021 abbiamo progettato e lanciato in Spagna, contestualmente al roll-out di APE, il nuovo Cubo All-in-One contenente i prodotti a marchio Amplifon, in ottica di eco-sostenibilità. Nonostante sia ideato per durare a lungo nelle case dei nostri clienti, il cubo può essere smaltito con i rifiuti di carta essendo realizzato in carta 100% riciclabile. Inoltre, secondo le normative vigenti in ambito di etichettatura ambientale, sulla confezione è presente il simbolo del riciclaggio, con il relativo codice, che indica come l'intera confezione debba, appunto, essere eventualmente smaltita.

Il lancio del nuovo packaging eco-sostenibile ha interessato i principali Paesi EMEA durante il 2022 e, durante il 2023, coinvolgerà progressivamente gli altri Paesi in cui siamo presenti. Il nostro impegno in ambito sostenibilità ambientale continuerà con l'introduzione, nel corso del 2023, della certificazione FSC per la carta utilizzata per il nuovo Cubo All-in-One, garantendo così che il prodotto venga realizzato con materie prime derivanti da foreste correttamente gestite.

5.2 GESTIONE DEL PROCUREMENT E SUPPLY CHAIN

Stiamo progressivamente integrando criteri di sostenibilità nella gestione del *procurement* e della catena di fornitura, sempre garantendo la massima qualità dei prodotti e dei servizi e la competitività delle proposte.

In Amplifon la gestione del *procurement* (acquisti diretti ed acquisti indiretti) e della *supply chain* è svolta e coordinata a diversi livelli dell'Organizzazione, a partire dai team globali di strategia, coordinamento e governance, fino ai team regionali o di paese, che implementano le linee guida globali e forniscono soluzioni per i fabbisogni locali.

01

PROCUREMENT DI ACQUISTI DIRETTI

Acquisto di dispositivi acustici e prodotti/servizi collegati (dispositivi acustici e accessori, servizi e parti di ricambio per dispositivi acustici, batterie, impronte auricolari, altri prodotti).

02

PROCUREMENT DI ACQUISTI INDIRETTI

Acquisto di beni e servizi non destinati per essere venduti né offerti ai clienti finali (marketing e pubblicità, canoni di locazione, IT, servizi di facility management, consulenze, spese generali, servizi logistici).

03

SUPPLY CHAIN

Gestione delle fasi di approvvigionamento operativo, logistica e magazzino (definizione del modello logistico-distributivo, emissione delle previsioni e degli ordini di acquisto, trasporti da e verso i fornitori e i negozi, servizi di magazzino e stoccaggio, pianificazione e gestione degli inventari, definizione delle operazioni di negozio relative alla gestione dei materiali).



APPROFONDISCI
CODICE DI
CONDOTTA DEI
FORNITORI

GESTIONE RESPONSABILE DEL PROCUREMENT

■ QUALIFICA E STANDARD DI CONDOTTA

Durante la fase di qualifica, tutti i fornitori devono sottoscrivere il Codice Etico di Amplifon, che siano essi coinvolti in rapporti di appalto, di approvvigionamento, o di fornitura di beni o servizi. Così come espresso dal suddetto Codice, e in linea con i Principi del UN Global Compact e le convenzioni internazionali, Amplifon ripudia i fornitori che ammettano, in violazione dei principi di libertà e dignità della persona e dei diritti umani fondamentali, lo sfruttamento del lavoro forzato e minorile, così come qualsiasi forma di discriminazione personale. A supporto di ciò, dal 2019 è richiesto che tutti i fornitori di dispositivi acustici, il cui contratto è soggetto a rinegoziazione periodica, riconoscano e rispettino i principi espressi nella Policy di Sostenibilità di Amplifon. Inoltre, ad inizio 2022 è stato adottato un nuovo **Codice di Condotta dei Fornitori** che definisce i principi e gli standard di condotta richiesti a tutti i fornitori e business partner per quanto concerne gli ambiti di etica del business, compliance, anticorruzione, diritti umani e dei lavoratori, diversità e inclusione, salute, sicurezza, ambiente, ecc.³⁷.

Nel corso dell'anno, l'accettazione obbligatoria di tale Codice è stata integrata all'interno del processo di qualifica dei nuovi fornitori, affinché qualunque nuovo fornitore ne sottoscriva l'adesione e la proattiva implementazione, mentre entro la fine del 2023 verrà finalizzata l'implementazione di tale processo anche per i fornitori che si erano già qualificati prima dell'adozione del Codice. Per mezzo di specifiche clausole contrattuali, Amplifon si riserva altresì il diritto di verificare la buona condotta dei fornitori richiedendo eventuale documentazione per tramite di visite e controlli eseguiti da terze parti qualificate

■ VALUTAZIONE DEI FORNITORI

L'implementazione del Codice di Condotta dei Fornitori rappresenta il primo tassello del **nuovo framework globale di valutazione dei fornitori** che è stato disegnato nel corso del 2021 al fine di poter valutare tutti i fornitori di Amplifon rispetto ai principali rischi ESG. Sulla base della categoria merceologica di riferimento e della geografia dei siti amministrativi, produttivi e distributivi dei fornitori, tale framework permetterà di classificare ogni fornitore in una specifica classe di rischio ESG (basso, medio, alto) basandosi su metriche e indicatori universalmente riconosciuti e largamente adottati, inerenti alle principali tematiche etiche, sociali e ambientali. Per ogni classe di rischio, sono previste specifiche azioni da implementare per approfondire la conoscenza del fornitore e/o mitigare i rischi residui, tra cui ad esempio la compilazione di un questionario da parte del fornitore, che chiarisca alcuni aspetti rilevanti, l'inserimento del fornitore in un processo di valutazione/rating ESG, lo svolgimento di un audit ad hoc eseguito da una terza parte con competenza e focus su tematiche ESG.

A supporto dell'implementazione di tale framework, nel corso del 2022 nel portale fornitori è stata introdotta la possibilità di scegliere la categoria merceologica dettagliando attraverso un albero di scelte strutturato su tre livelli che garantisce un grado di dettaglio adeguato alla valutazione dei rischi ESG. Durante il 2023, tale framework verrà implementato in un Paese come progetto pilota allo scopo di rivedere e migliorare lo strumento stesso e procedere successivamente con un piano di implementazione negli altri Paesi.

37 - Il Codice di Condotta dei Fornitori di Amplifon è stato approvato dal C.d.A. di Amplifon S.p.A. il 3 marzo 2022 ed è disponibile per tutti gli stakeholder sul sito web corporate di Amplifon.

■ COLLABORAZIONE CON I PRODUTTORI DI DISPOSITIVI ACUSTICI

In qualità di leader globale, e alla luce del ruolo chiave che le tecnologie impiegate nella progettazione dei dispositivi acustici ricoprono per l'interazione con i clienti, collaboriamo con i maggiori e più accreditati produttori di dispositivi acustici, selezionando i prodotti e le tecnologie più idonei ai diversi mercati, a garanzia della sicurezza e qualità dei dispositivi venduti, nonché del supporto ai nostri clienti per tutta la durata di vita dei prodotti. Infatti, siamo impegnati in un costante monitoraggio delle *roadmap* dei fornitori in modo che l'innovazione tecnologica ci permetta sempre di mantenere e migliorare il livello già eccellente dell'esperienza offerta. Monitoriamo attentamente anche le fasi di introduzione e di ritiro dei diversi modelli per garantire la possibilità di offrire assistenza ai clienti durante tutto il ciclo di vita del prodotto. Allo stesso modo, condividiamo la conoscenza e l'esperienza acquisita in anni di presenza sul mercato per migliorare l'esperienza uditiva complessiva e di utilizzo da parte dei clienti, fornendo ai produttori indicazioni utili allo sviluppo dei prodotti futuri.

Infine, nel corso del 2022, in linea con le attività di monitoraggio e misurazione della nostra impronta carbonica lungo l'intera catena del valore, abbiamo rafforzato ulteriormente la collaborazione con i principali fornitori diretti **condividendo esperienze e know-how anche sulle tematiche relative al *climate change* del nostro settore**. Infatti, la condivisione di approcci e metodologie per la stima delle emissioni di CO₂ e delle strategie attuate per la loro riduzione garantirà una maggiore sinergia tra gli attori della *industry* ed una maggiore efficacia delle azioni intraprese per la decarbonizzazione dell'intero settore.



EFFICIENTAMENTO DELLA SUPPLY CHAIN

Nell'ambito dell'organizzazione *supply chain*, Amplifon ha la responsabilità di pianificare le scorte di negozio e dei centri distributivi locali o regionali, di raccogliere ed evadere i fabbisogni organizzando il trasporto dai magazzini ai punti vendita e viceversa, nonché di ricevere e gestire le scorte nei magazzini centrali. Inoltre, Amplifon gestisce il richiamo dei prodotti invenduti al termine del periodo di prova dai punti vendita ai magazzini, la pianificazione della domanda ai fornitori di apparecchi acustici su base previsionale, e la revisione dei flussi di approvvigionamento in un'ottica di armonizzazione, modernizzazione e digitalizzazione dei processi operativi e amministrativi.

Infine, nella fase di riparazione dei prodotti, poniamo molta attenzione ai tempi di esecuzione per garantire che i dispositivi acustici siano resi nuovamente disponibili ai clienti il prima possibile. Il trasporto di tutti i prodotti, siano essi nuovi, riparati o da rendere, è interamente eseguito da società esterne di logistica specializzate e selezionate da Amplifon o dai fornitori diretti, a seconda di chi abbia la responsabilità di organizzare il trasporto (in genere il soggetto che spedisce). Insieme a tali produttori, siamo impegnati nell'**ottimizzazione della logistica** al fine di ridurre i relativi consumi energetici, l'emissione di CO₂ e i costi ad essa connessi. Per questo, alcuni produttori dispongono di centri regionali per la scansione digitale dell'impronta auricolare, non dovendo così trasportare le impronte agli stabilimenti di produzione.

Inoltre, nel 2022 è proseguito il **potenziamento centrale e locale della funzione supply chain** con l'obiettivo di garantire alla rete di vendita le soluzioni di pianificazione, stoccaggio e distribuzione più avanzate. Alla base di questo investimento vi è l'ambizione di rivedere il modello logistico-distributivo, la pianificazione della domanda e delle scorte, le operazioni di magazzino e di trasporto, e la gestione efficace della reverse logistic. Facendo leva su un'integrazione end-to-end con i fornitori a monte e i punti vendita a valle, intendiamo rendere più efficiente l'intera catena distributiva grazie all'introduzione di nuove metodologie di pianificazione, nuove tecnologie per il rifornimento automatico delle scorte di negozio e una forte digitalizzazione dei processi.

5.3 ETICA DI BUSINESS E LOTTA ALLA CORRUZIONE

Anche in considerazione del ruolo centrale che rivestiamo nel settore dell'*hearing care*, il nostro modo di fare business è permeato dal rispetto dei più alti principi etici, standard di integrità e valori, articolati in un modello coerente di politiche e strumenti per promuovere una cultura della trasparenza.

Tutte le attività di Amplifon sono svolte nell'osservanza delle leggi e delle normative in vigore, in un quadro di leale concorrenza e nel rispetto delle esigenze dei clienti e dei legittimi interessi di dipendenti, azionisti, partner commerciali e finanziari, e delle collettività in cui il Gruppo opera. Al tal fine, la nostra *corporate culture* gioca un ruolo fondamentale affinché i comportamenti di tutti siano correttamente indirizzati, ed eventuali situazioni di non conformità siano affrontate in maniera trasparente e condivisa.

IL NOSTRO CODICE ETICO



APPROFONDISCI
CODICE ETICO DEL
GRUPPO AMPLIFON

■ PRINCIPI FONDAMENTALI

Nel 2021 abbiamo aggiornato il nostro Codice Etico di Gruppo attraverso una revisione dei principi etici e delle regole comportamentali, ampliando le aree tematiche trattate e allineando ulteriormente i contenuti ai valori espressi dalla nostra *corporate culture* per formalizzare le regole di comportamento alla base del nostro agire quotidiano. Oltre a costituire parte integrante del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 231/2001, il nostro Codice Etico stabilisce in particolare i principi fondamentali di comportamento rispetto a:

- **le politiche di condotta negli affari**, tra cui il conflitto di interessi, la riservatezza delle informazioni, la tutela della privacy, la responsabilità nell'attività lavorativa, il rispetto delle normative vigenti in materia di antiriciclaggio, la tutela della proprietà intellettuale, la lotta a eventuali pratiche di corruzione (che siano dirette o attraverso terzi), favori illegittimi, comportamenti collusivi e sollecitazioni di vantaggi.
- **la gestione delle risorse umane**, tra cui la lotta a qualsivoglia forma di discriminazione, il ripudio dello sfruttamento del lavoro minorile, la tutela del principio di pari opportunità in tutti gli aspetti del rapporto di lavoro, il mantenimento di un ambiente di lavoro sano e sicuro, la tutela dell'ambiente, la lotta a qualsiasi forma di molestia sul luogo di lavoro, e la responsabilità sui beni.
- **la chiarezza e completezza delle registrazioni contabili**, tramite l'adozione di elevati standard di pianificazione finanziaria e di controllo e sistemi di contabilità coerenti e adeguati.
- **la sostenibilità**, con particolare riferimento alla creazione di valore condiviso e sostenibile a lungo termine, la generazione di un impatto sociale positivo e sostenibile nel tempo, la consapevolezza dell'importanza del rispetto dell'ambiente.
- **le relazioni con gli stakeholder esterni**, con particolare riferimento ai rapporti con i fornitori, pubblici funzionari e pubbliche istituzioni, clienti, media e comunità finanziaria, disciplinando anche la gestione eventuali regali e omaggi.

■ AMBITO DI APPLICAZIONE

I principi e le disposizioni del Codice Etico sono applicabili a tutti i dipendenti e a tutte le società di Amplifon, così come a tutti i soggetti terzi le cui azioni siano riferibili al Gruppo medesimo. Ci adoperiamo affinché i principi del Codice siano condivisi dagli agenti, consulenti, fornitori, partner commerciali e qualsiasi altro soggetto con cui intratteniamo rapporti stabili d'affari, e non instauriamo o proseguiamo relazioni di business con chiunque si rifiuti di rispettare i principi del Codice. La violazione delle norme del Codice può costituire l'**inadempimento di obbligazioni contrattuali**, con ogni conseguenza di legge, e può portare, pertanto, ad una possibile risoluzione del contratto o dell'incarico con soggetti terzi e all'eventuale risarcimento dei danni, ovvero all'applicazione di sanzioni e provvedimenti disciplinari nei confronti di dipendenti, nel rispetto delle norme di legge e delle previsioni di cui alla contrattazione collettiva ed ai regolamenti aziendali, laddove applicabili.

■ DIFFUSIONE E FORMAZIONE

Il Codice Etico è distribuito in tutti i Paesi in cui operiamo, affinché tutte le persone e i negozi associati ne conoscano e rispettino i contenuti. Ogni società del Gruppo è tenuta a recepire i contenuti del Codice, provvedendo a garantirne la diffusione a livello locale e a porre in essere tutte le condizioni necessarie per la sua effettiva attuazione, mediante il coinvolgimento di figure dedicate. Nel corso del 2022 è proseguito il **percorso di formazione in materia "Business & Ethics"**, incentrato sui principi etici e sulle regole comportamentali alla base nel nostro agire quotidiano e comprendente anche la Policy Anticorruzione, il sistema Whistleblowing e il Modello 231 di Amplifon.

■ VERIFICA E CORRETTA ATTUAZIONE

L'Internal Audit di Amplifon S.p.A., nell'ambito degli audit periodici previsti a piano, verifica, tra le altre cose, la corretta attuazione dei principi contenuti nel Codice Etico. Avvalendosi dei **sistemi di segnalazione dedicati** (sistemi di *Whistleblowing*), il Gruppo raccomanda e incoraggia vivamente a segnalare violazioni effettive o sospette del nostro Codice Etico, assicurando la riservatezza delle segnalazioni ricevute ai sensi della legge applicabile, nonché la tutela del soggetto segnalante da eventuali atti di ritorsione o discriminazione per aver effettuato una segnalazione. Nel corso del 2022, Amplifon ha proseguito nel percorso di attento monitoraggio e gestione delle tematiche rilevanti per il Gruppo, con il coinvolgimento delle funzioni aziendali competenti anche in ambito compliance e/o organizzativo.

+1.970
ORE DI TRAINING

TOTALI "BUSINESS & ETHICS" EROGATE NEL 2022 PER OLTRE 1.800 DIPENDENTI



IL SISTEMA DI WHISTLEBLOWING

■ ARMONIZZAZIONE DEI PROCESSI DI SEGNALAZIONE

A partire dal 2020 è stato introdotto il **processo di gestione delle segnalazioni** di Gruppo (*Whistleblowing*), il cui percorso di diffusione è proseguito anche nel 2022 con la progressiva adozione da parte di tutti i Paesi del Gruppo in un'ottica di armonizzazione di quanto già presente a livello locale³⁸. Attraverso tale processo, al fine di garantire un luogo di lavoro sicuro, rispettoso e protetto, sono definite l'insieme delle regole e dei mezzi di comunicazione per segnalare, con la garanzia di riservatezza, qualsiasi violazione, fondato sospetto di violazione o comportamento non conforme al Codice Etico, Policy Anticorruzione, politiche e procedure interne (come ad es. il Modello 231), nonché leggi e regolamenti applicabili a ciascuna società del Gruppo.

■ WHISTLEBLOWING POLICY

Nel 2020 è stata adottata anche la *Whistleblowing Policy* di Gruppo, successivamente aggiornata al fine di recepire le modifiche normative e variazioni organizzative intercorse. All'interno di tale Policy sono definite quali tipologie di comportamenti illeciti, di cui dipendenti di Amplifon o terze parti vengano a conoscenza, possano essere segnalate, nonché le relative modalità di segnalazione. Nel corso del 2022 la **Whistleblowing Policy** è stata oggetto di ulteriori aggiornamenti al fine di proseguire nel percorso di allineamento ai principi di riferimento in materia di whistleblowing nonché alle *best practice* internazionali³⁹.

■ WHISTLEBLOWING COMMITTEE E CANALI DI SEGNALAZIONE

La Policy in vigore prevede la presenza del Whistleblowing Committee, composto dai responsabili delle funzioni HR, Legal Affairs e Group Internal Audit & Risk Management, che ha il compito di ricevere, analizzare, eventualmente indagare e proporre misure disciplinari relativamente alle segnalazioni ricevute. La Policy definisce inoltre i tre canali attraverso i quali è possibile effettuare delle segnalazioni: oltre alla posta ordinaria e ad uno specifico indirizzo e-mail dedicato, è presente una piattaforma digitale **e-Whistle** che, in maniera semplice, sicura e riservata consente di effettuare le segnalazioni e di gestire ulteriori scambi confidenziali per approfondimenti tra il segnalante e il Comitato, in piena conformità ai requisiti richiesti dalle normative. Nel rispetto dei principi generali di riservatezza, non ritorsione e possibilità di anonimato, la Policy e i canali di segnalazione garantiscono che ogni segnalazione sia trattata in via confidenziale, che l'identità del *whistleblower* sia protetta e che sia applicata una politica di non ritorsione nei confronti di chi effettua una segnalazione in buona fede.

■ PROGRAMMA DI FORMAZIONE

In linea con la progressiva implementazione della Policy e dei relativi canali di segnalazione nei vari Paesi, è stato strutturato uno specifico **programma di training online obbligatorio** per la popolazione aziendale, con l'obiettivo di informare e formare tutti i dipendenti e collaboratori di Amplifon su come comportarsi in caso si venga a conoscenza di un comportamento illecito. Pur aspettandoci che tutti i dipendenti e collaboratori mantengano gli elevati standard contemplati dal nostro Codice Etico, incoraggiamo qualsiasi persona venga a conoscenza di comportamenti non conformi di segnalarli, permettendoci di affrontare i problemi nella loro fase iniziale, riducendo il rischio di danni potenziali al business e alla nostra reputazione.

COMPORAMENTO CONCORRENZIALE E MARKETING RESPONSABILE

■ APPROCCIO ETICO ALLA CONCORRENZA

Alla luce delle peculiarità del settore in cui operiamo, che vede la concorrenza di numerose aziende nazionali e internazionali, tra cui operatori specializzati, non specializzati (ad esempio catene di prodotti ottici o farmacie) e negozi online, la nostra politica commerciale è improntata al rispetto di tutte le norme poste a presidio della leale concorrenza. Per questo, monitoriamo costantemente le evoluzioni del mercato e orientiamo i nostri investimenti verso la differenziazione dei servizi offerti, sempre nell'ambito di un approccio etico alla concorrenza.

■ TRASPARENZA VERSO I CLIENTI

In ragione del tipo di servizio e prodotto fornito, anche la piena trasparenza nei confronti dei clienti costituisce un aspetto fondamentale della nostra etica di business. Come descritto nel Codice Etico e nelle più recenti politiche adottate da Amplifon, costituiscono obiettivi primari:

- il rispetto di tutte le procedure in essere per la corretta gestione dei rapporti con i clienti;
- la conformità a principi, linee guida e normative nazionali e internazionali;
- l'accuratezza e completezza delle informazioni circa i prodotti e i servizi;
- la salvaguardia della correttezza e la veridicità delle comunicazioni pubblicitarie o di altro genere, che devono essere svolte in modo responsabile e affidabile con lo scopo ultimo di consentire ai clienti di prendere decisioni consapevoli ed informate.

38 - Si segnala che anche prima del 2020 in alcuni Paesi era già presente un sistema locale di Whistleblowing se richiesto dalle normative vigenti locali. In particolare, in Italia era stato adottato un sistema di Whistleblowing secondo quanto previsto dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 231/2001 di Amplifon S.p.A.

39 - La nuova release della Whistleblowing Policy di Gruppo è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione di Amplifon S.p.A. il 1° marzo 2023.



■ LINEE GUIDA GLOBALI

Siamo impegnati a costruire un network di partner creativi il più possibile sinergici a livello regionale in modo da allineare le strategie di marketing, pubblicità e comunicazione, massimizzando così l'efficacia e l'efficienza della nostra *brand awareness* pur rimanendo in grado di cogliere e intercettare le peculiarità locali. Al fine di promuovere pratiche di marketing e vendita responsabili, assicurando interazioni trasparenti e affidabili con i clienti e gli stakeholder, ci siamo dotati di linee guida globali che prevedono che qualsiasi contenuto di marketing, dalla campagna televisiva alla brochure, sia sottoposto alla **revisione di un legale** affinché venga assicurato il rispetto delle normative (anche locali) legate alla promozione dei prodotti e alla comunicazione pubblicitaria.

Il nostro Codice Etico prevede che tutti i dipendenti e collaboratori praticino attività di marketing, vendita e comunicazione in modo responsabile e affidabile, nel pieno rispetto delle normative locali e dei principi di eticità e professionalità, fornendo informazioni complete, precise e veritiere sui prodotti e i servizi. Da ultimo, nella regione EMEA sono state adottate specifiche linee guida volte alla gestione conforme dei dati personali dei clienti di Amplifon nello svolgimento di attività di marketing, nonché alla opportuna gestione dei diritti garantiti dal GDPR.





APPROFONDISCI
 LA STRATEGIA
 FISCALE DI
 AMPLIFON

LA NOSTRA STRATEGIA FISCALE⁴⁰

La strategia fiscale di Amplifon viene approvata dal Consiglio di Amministrazione ed è sottoposta a revisione periodica con l'assistenza e la collaborazione della struttura fiscale. Il documento, ispirandosi ai principi delineati nel Codice Etico di Gruppo, definisce gli obiettivi in relazione alla variabile fiscale e fissa le linee guida per la loro concreta attuazione in Italia e all'estero, nella consapevolezza dell'importanza del contributo al gettito fiscale delle giurisdizioni in cui il Gruppo opera e nella convinzione che la corretta attuazione della normativa fiscale sia essenziale per il Gruppo stesso e per i suoi stakeholder.

Amplifon agisce con integrità ed onestà, adottando comportamenti volti al rispetto formale e sostanziale di tutte le leggi, regolamenti e procedure di carattere fiscale vigenti a livello nazionale, internazionale o sovranazionale nei Paesi in cui opera, mantenendo un rapporto collaborativo e trasparente con le autorità fiscali. A tale proposito, il Gruppo collabora con le autorità competenti nel fornire le informazioni necessarie per la verifica del corretto adempimento degli obblighi fiscali e adotta un comportamento volto a garantire l'idoneità dei prezzi di trasferimento applicati nelle operazioni infragruppo, con la finalità di allocare i redditi generati nei Paesi in cui il Gruppo opera, nel rispetto delle leggi e in coerenza con le Linee Guida OCSE. Basandosi su tali principi ed approccio, al fine di assicurare che ogni decisione sia coerente con la strategia fiscale, Amplifon ha adottato un proprio sistema di gestione e controllo interno del rischio fiscale (Tax Control Framework), in linea con le indicazioni dell'OCSE, così come recepite dall'amministrazione finanziaria italiana.

Amplifon assicura, inoltre, che la struttura fiscale del Gruppo sia dotata di risorse (umane, materiali e finanziarie) e di rilevanza organizzativa adeguate nonchè di soluzioni tecnologiche che possano garantire e massimizzare lo svolgimento delle relative funzioni.

⁴⁰ - Per dettagli sulle imposte sul reddito si rimanda ai Prospetti contabili consolidati e relative note di commento per il periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2022 (Sezione "Note esplicative" - "Imposte sul reddito dell'esercizio") dell'Annual Report 2022.

LOTTA ALLA CORRUZIONE

■ POLICY ANTICORRUZIONE

Abbiamo tolleranza zero verso la corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi e sollecitazioni di vantaggi. Al fine di proibire, in favore di chiunque, qualsiasi pratica di corruzione attiva e passiva, forniamo regole specifiche per la sua prevenzione e per la gestione dei relativi rischi. Dal 2017 la nostra **Policy Anticorruzione** di Gruppo garantisce lo svolgimento etico delle attività quotidiane, proteggendo la creazione del valore ed i principi fondamentali su cui si basano le attività di Amplifon. Le disposizioni e le linee guida della Policy sono ispirate dalla nostra *corporate culture* e dal Codice Etico, e sono state sviluppate analizzando le attività che potenzialmente possono esporre Amplifon al rischio di corruzione. Promuovono i più alti standard in tutti i rapporti commerciali, lo svolgimento delle attività secondo lealtà, correttezza, trasparenza, onestà e integrità e forniscono regole specifiche per prevenire, individuare e gestire i rischi di corruzione. Tutti gli amministratori e i dipendenti del Gruppo, nonché i fornitori, i consulenti e chiunque agisca per nostro conto, sono tenuti ad operare nel rispetto dei valori, degli standard e dei principi sanciti da tale Policy, nonché in conformità alla legge.

■ DIFFUSIONE E AGGIORNAMENTO

La Policy è stata comunicata e oggetto di formazione per tutti i General Manager e alcuni *key manager* selezionati. Nel 2021, la Policy è stata aggiornata, ispirandosi alle best practice e agli standard internazionali, con **l'integrazione di ulteriori principi generali** e norme specifiche di comportamento e di controllo nell'ambito delle principali aree potenzialmente esposte al rischio di corruzione (es. gestione rapporti con soggetti appartenenti alla Pubblica Amministrazione, agenti, fornitori e business partner, elargizione di omaggi, donazioni e sponsorizzazioni). Inoltre, è stata elaborata una versione short della Policy contenente i principi di riferimento di cui il Gruppo si è dotato, a disposizione delle terze parti interessate.

■ AUDIT E SENSIBILIZZAZIONE

Nel 2022, sono stati svolti alcuni compliance audit in ambito anticorruzione su selezionati Paesi al fine di verificare il **livello di implementazione dei presidi** previsti dalla Policy (c.d. "*Readiness Assessment*") e delle azioni da realizzare localmente per garantire la corretta e completa applicazione della stessa. A livello locale, le attività di formazione e sensibilizzazione in ambito anticorruzione sono sviluppate coerentemente con le indicazioni della Capogruppo e delle esigenze specifiche dei singoli Paesi. In alcune Società acquisite recentemente dal Gruppo sono state svolte attività di sensibilizzazione, di supporto alla mappatura dei rischi di corruzione, e di implementazione dei presidi previsti dalla Policy. Anche attraverso i canali di segnalazione Whistleblowing, viene garantito un più efficiente monitoraggio di eventuali comportamenti devianti o non conformi alla Policy e alle leggi e regolamenti in tale ambito.



APPROFONDISCI
POLICY
ANTICORRUZIONE
DEL GRUPPO
AMPLIFON



APPROFONDISCI
MODELLO 231 E
ORGANISMO DI
VIGILANZA

IL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

■ ADOZIONE E ATTUAZIONE DEL MODELLO 231

Oltre alla Policy Anticorruzione e al Codice Etico, validi per tutte le società del Gruppo, Amplifon S.p.A. ha provveduto all'adozione di un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.lgs. 231/2001** (Modello 231), così come previsto dalla relativa normativa in vigore in Italia in merito alla responsabilità amministrativa delle società. Il Modello 231 è stato predisposto tenendo anche in considerazione i principi espressi dalle linee guida di Confindustria e a quelle più specifiche, tenuto conto del settore in cui Amplifon opera, di altre associazioni di categoria di riferimento (Confindustria Dispositivi Medici). L'attuazione del Modello 231, anche attraverso l'azione dell'Organismo di Vigilanza, a cui è affidato il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello, nonché di curarne l'aggiornamento, è volta a favorire lo svolgimento delle attività aziendali secondo principi di correttezza e trasparenza e ad evitare le situazioni di rischio, con un duplice obiettivo: prevenire la commissione dei reati previsti dal Decreto, e tutelare l'immagine dell'azienda e il lavoro di tutti i dipendenti e collaboratori.

■ CONTENUTI E CANALI DI SEGNALAZIONE

Il Modello 231 di Amplifon S.p.A. si compone di una parte generale e di una parte speciale. Nella parte generale sono illustrati i contenuti del Decreto, sono definite le modalità di costituzione e il funzionamento dell'Organismo di Vigilanza ed è descritto il sistema sanzionatorio e la formazione del personale. Nella parte speciale, invece, sono illustrati i protocolli di controllo delle attività aziendali valutate "sensibili" ai fini del D.lgs. 231/2001 e sono descritti i comportamenti e le misure di previsione da osservare al fine di ridurre il rischio di commettere i reati di cui al Decreto. Il Codice Etico costituisce il fondamento essenziale del Modello 231: i due documenti formano un insieme di norme interne finalizzate alla diffusione di una cultura improntata all'etica e alla trasparenza aziendale. Infatti, oltre al processo di gestione delle segnalazioni di Gruppo (Whistleblowing), in linea con la normativa di riferimento in materia, Amplifon S.p.A. dispone di **due canali di comunicazione istituzionale verso l'Organismo di Vigilanza** (un indirizzo di posta elettronica e una linea telefonica dedicata/numero verde) attraverso i quali si possono comunicare violazioni rilevanti ai sensi del D.lgs. 231/2001.

■ AGGIORNAMENTO DEL MODELLO 231

Il Modello 231 è per definizione dinamico: periodicamente viene verificata la necessità di aggiornamento rispetto alle evoluzioni regolamentari e organizzative, in linea con le best practice e gli standard di settore. In particolare, nel corso del 2022 il Modello 231 di Amplifon S.p.A. è stato aggiornato al fine recepire le recenti novità normative in materia di **reati presupposto** e i **cambiamenti organizzativi** intercorsi a far data dall'ultimo aggiornamento del Modello 231 (29 luglio 2021). La nuova versione del Modello 231 è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione di Amplifon S.p.A. in occasione dell'adunanza del 26 ottobre 2022. In generale, le società controllate del Gruppo Amplifon, laddove applicabile, adottano programmi di compliance nel rispetto delle normative locali che prevedono la responsabilità amministrativa dell'ente (tra cui il D.lgs. 231/01 in Italia, Ley Organica in Spagna, ecc.).

5.4 IL PRESIDIO DEL CONTESTO NORMATIVO

Presidiamo in modo efficiente il contesto normativo per garantire sempre la nostra piena operatività in maniera trasparente e conforme alle normative.

Per reagire con tempestività a potenziali variazioni normative in un settore medicale in cui la regolamentazione differisce da un Paese all'altro, la nostra funzione Regulatory Affairs, presente sia a livello Corporate sia locale, assicura un monitoraggio continuo dei cambiamenti normativi e dei loro potenziali impatti, sviluppa eventuali piani di azione e coordina l'interazione con le istituzioni partecipando attivamente a dibattiti, associazioni e convegni internazionali, con particolare riferimento a tre principali aree: i dispositivi acustici, i professionisti dell'udito abilitati e le condizioni di rimborso.



DISPOSITIVI ACUSTICI

I dispositivi acustici sono considerati dispositivi medicali in tutti i mercati in cui operiamo, in quanto finalizzati alla compensazione di una disabilità, e pertanto sono sempre conformi alle diverse normative nazionali e internazionali che fissano gli standard di prodotto e i requisiti di imballaggio ed etichettatura e le modalità di erogazione (incluso l'obbligo di prescrizione medica o meno).

■ EUROPA

A seguito dell'entrata in vigore del nuovo Regolamento Dispositivi Medici (UE) 2017/745 (MDR), che abroga la Direttiva 93/42/CEE (MDD), che mantiene la classificazione degli apparecchi acustici come "dispositivi a basso-medio rischio di classe IIa", per poter vendere un dispositivo acustico sul mercato comunitario è necessario che rechi la marcatura CE (Conformità Europea), a conferma che il prodotto risponde ai requisiti essenziali di tutte le direttive UE in materia di dispositivi medicali rilevanti. Il Regolamento rafforza ulteriormente il concetto di apparecchio acustico quale dispositivo medico, distinguendolo dai dispositivi personali di amplificazione del suono (PSAPs) che non servono a compensare il deficit uditivo.

■ USA

Dopo un lungo iter regolatorio iniziato con la conversione in legge dell'Over-the-Counter Hearing Aid Act nel 2017, il 17 ottobre 2022 la FDA (Food and Drug Administration) ha introdotto una nuova categoria separata di dispositivi acustici ammessa alla vendita *over-the-counter* (OTC) per adulti maggiorenni con perdita dell'udito da lieve a moderata, senza l'intervento di un professionista abilitato. Contestualmente, è stata pubblicata la normativa volta a disciplinare le modalità operative per l'introduzione di questa categoria di prodotti, con particolare riferimento alle specifiche tecniche e di performance di tali dispositivi, alla loro etichettatura e classificazione di rischio, nonché alle politiche di protezione (rimborso e restituzione) per il consumatore. Nello stesso processo regolatorio, la FDA ha istituito due categorie diverse di apparecchi acustici: dispositivi OTC, per i quali il regolamento ha reso obbligatoria la necessità di fornire istruzioni in merito agli stessi dispositivi ai consumatori prima dell'acquisto; *prescription hearing aids*⁴¹ che, rivolti a tutti i tipi di ipoacusia, prevedono la prescrizione di un professionista abilitato (inclusi gli *Hearing Care Professional*) per aiutare il consumatore ad accedere a soluzioni uditive sicure ed efficaci, ad adattare l'apparecchio alle esigenze individuali, a regolarlo nel tempo e a fornire altri importanti servizi di assistenza e manutenzione.

■ AUSTRALIA

La Therapeutic Goods Administration (TGA) è l'autorità competente in materia di apparecchi acustici, che sono considerati dispositivi medicali e, pertanto, devono essere registrati nel database dell'Australian Register of Therapeutic Goods (ARTG) prima di poter essere immessi sul mercato australiano.

41 - La *prescription* non è strettamente medica, ma intesa come indicazione da parte di un audioprotesista.

PROFESSIONISTI ABILITATI

L'utilizzo di un dispositivo acustico richiede il supporto di un professionista dell'udito abilitato ad eseguire una valutazione approfondita della capacità uditiva, nonché della selezione, personalizzazione, applicazione e vendita del dispositivo. Per questo, adottiamo sempre gli standard in vigore nei Paesi, così come l'attuale proposta del nuovo standard ISO/TC43/WG10 "*hearing aid and fitting management*", massimizzando l'efficacia del lavoro degli audioprotesisti, la cui professione è regolamentata in modo non uniforme tra i vari Paesi.

■ EUROPA

La Direttiva Europea riguardante i dispositivi medici prevede che solo professionisti abilitati in conformità alle leggi nazionali applicabili possano scegliere, regolare, vendere e verificare l'efficacia delle soluzioni acustiche. La professione dell'audioprotesista è regolamentata in quasi tutti i Paesi UE, e le normative vigenti negli stati prevedono diverse qualifiche e titoli di studio per poter esercitare la professione, attribuendo ai professionisti abilitati diverse responsabilità. Nel 2018 è stato istituito in Italia l'Ordine dei Tecnici Sanitari di Radiologia Medica e delle professioni Tecniche, della Riabilitazione e della prevenzione, all'interno del quale è prevista la creazione dell'Albo dei Tecnici Audioprotesisti, al fine di affermare e valorizzare la professionalità degli audioprotesisti e tutelare la sicurezza dei clienti.

■ USA

L'attuale normativa emessa dalla FDA nell'agosto 2022, ed in vigore da ottobre 2022, disciplina da un lato la vendita di dispositivi OTC, prevedendo che possano essere acquistati solamente da adulti maggiorenni con ipoacusia da lieve a moderata senza l'intervento di un professionista abilitato, e dall'altro i *prescription hearing aids*, ossia apparecchi acustici con necessità di prescrizione da parte un professionista specialista dell'udito autorizzato, riconoscendo quindi l'importanza del ruolo che i professionisti abilitati (inclusi gli *Hearing Care Professional*) svolgono nell'aiutare i consumatori ad accedere a soluzioni uditive sicure ed efficaci.

■ AUSTRALIA

Per ottenere l'accreditamento da parte dell'Office of Hearing Services (l'ufficio preposto alla gestione e amministrazione del programma del governo australiano per i servizi audiologici), audioprotesisti e audiometristi devono essere membri di un'associazione professionale australiana accreditata. Gli audioprotesisti hanno una qualifica di tipo universitario (Master in audiologia clinica), mentre gli audiometristi frequentano corsi presso gli istituti TAFE (Technical And Further Education). Rispetto al mercato privato, non vi sono disposizioni normative specifiche in materia di obblighi dei tecnici audioprotesisti. Ciononostante, in Australia Amplifon si avvale unicamente di audioprotesisti o di audiometristi iscritti a un'associazione professionale australiana.

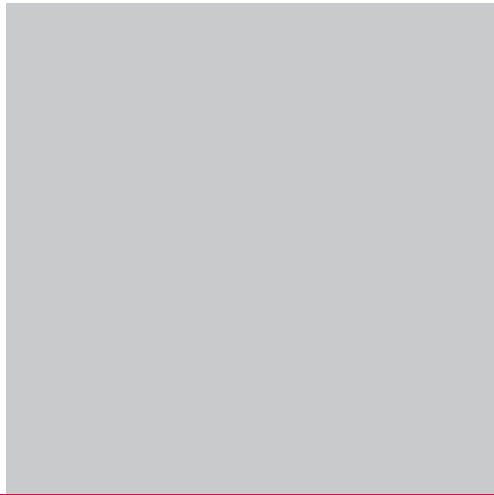
CONDIZIONI DI RIMBORSO

Le condizioni di rimborso degli apparecchi acustici e dei relativi servizi variano in base ai diversi sistemi sanitari nazionali dei vari Paesi. Tra le possibili condizioni di rimborso vi sono: (i) sistemi sanitari nazionali che offrono gratuitamente apparecchi acustici a tutti (come nel Regno Unito); (ii) sistemi sanitari nazionali che rimborsano, parzialmente o integralmente, il costo dell'apparecchio agli aventi diritto che abbiano un certo livello di ipoacusia (come in Francia e in Italia); (iii) sistemi sanitari nazionali che non prevedono alcun rimborso (come in Spagna e negli Stati Uniti, eccetto che per, rispettivamente, minori sotto i 21 anni e la Veterans Association).

In tutti i Paesi, promuoviamo sistemi di rimborso efficienti e siamo attivi negli opportuni tavoli di discussione con aziende sanitarie e autorità di regolamentazione per trovare il giusto equilibrio tra libero accesso alla cura dell'udito e mantenimento della sostenibilità economica dei sistemi sanitari. I sistemi di rimborso più efficaci, in grado di conciliare un alto tasso di adozione con alto tasso di soddisfazione e di utilizzo finale, sono quelli che favoriscono la libertà di scelta del cliente (innescando quindi una positiva dinamica competitiva tra gli operatori), e lasciano l'opportunità al consumatore di integrare il rimborso previsto per accedere a prodotti e servizi ancora superiori rispetto a quelli, comunque adeguati, garantiti dal rimborso base⁴². La più recente e significativa evoluzione normativa in merito alle condizioni di rimborso ha riguardato la Francia che, a partire dal 2021, ha previsto per la prima volta l'offerta di una categoria di soluzioni acustiche integralmente rimborsate dall'assistenza sociale e dalle assicurazioni sanitarie complementari (c.d. "mutuelles"), pur lasciando libertà al consumatore di accedere a soluzioni e servizi dell'udito di fasce superiori attraverso un meccanismo di "top-up" sulla parte rimborsata. Tali disposizioni hanno significativamente facilitato l'accesso alla cura dell'udito, confermando sia la libertà di scelta del consumatore, sia l'importanza del ruolo dell'audioprotesista, e a seguito di un incremento dei volumi registrati sul mercato francese nel 2021, lo stesso mercato si è sostanzialmente stabilizzato nel corso del 2022.

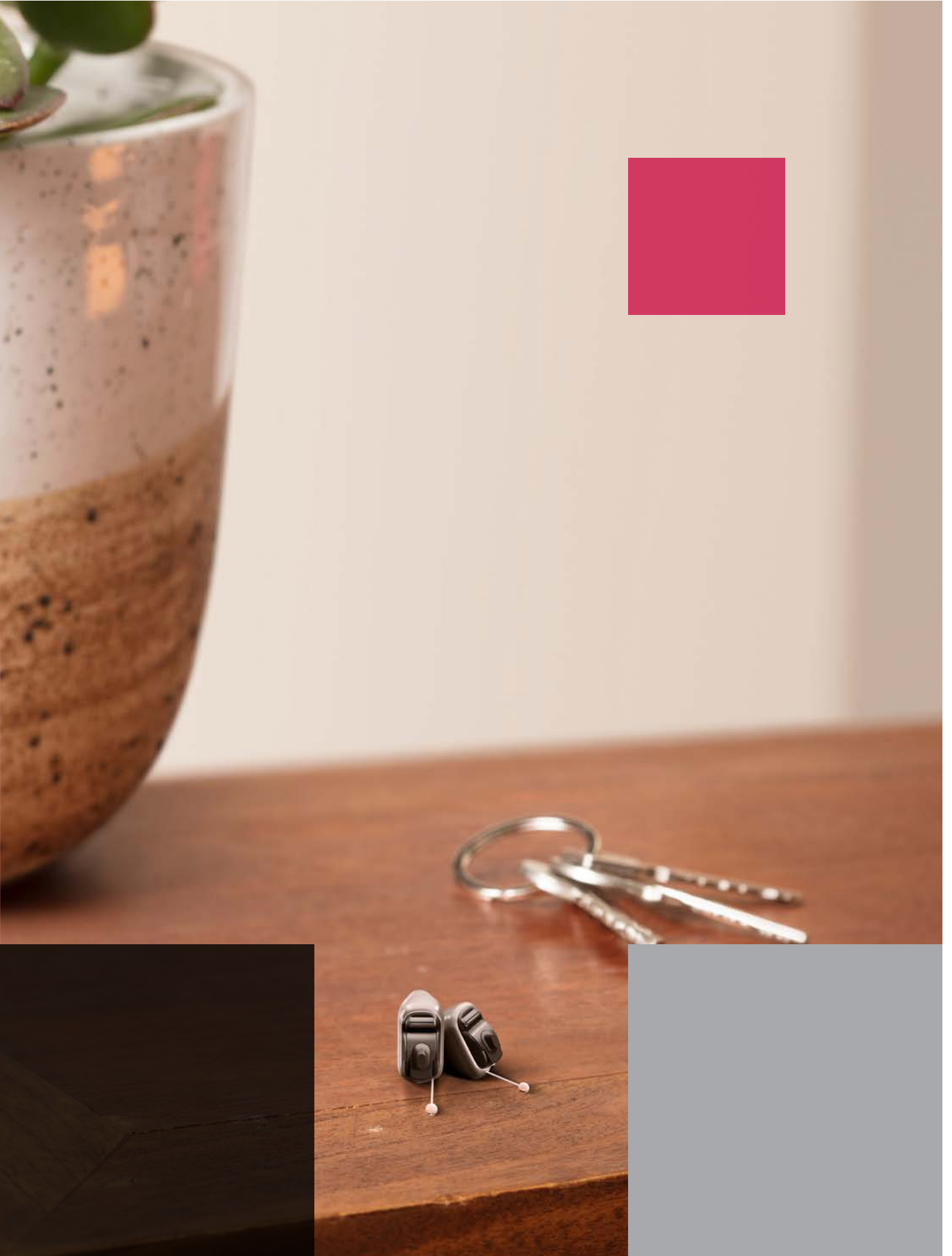
42 - Fonte: "Getting our numbers right on Hearing Loss, Hearing Care and Hearing Aid Use in Europe", Joint AEA, EFHOH and EHIMA report, Mark Laureyns, Lidia Best, Nikolai Bisgaard and Soren Hougaard, Settembre 2016.





Appendice





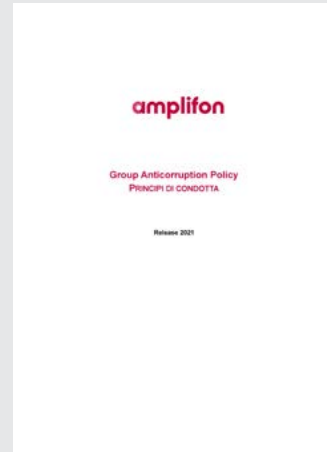
LE POLICY DI AMPLIFON



CODICE ETICO



CODICE DI CONDOTTA DEI FORNITORI



POLICY ANTICORRUZIONE



POLICY DEIB



POLICY DI DIALOGO CON GLI AZIONISTI



POLICY DI SOSTENIBILITÀ



MODELLO 231



UNIVERSO DEI TEMI DI SOSTENIBILITÀ DI AMPLIFON

Nella seguente tabella è illustrato l'universo dei 20 temi economici, ambientali e sociali discussi durante l'analisi di materialità 2022 di Amplifon. Per ogni pillar o area di impegno, sono elencati i temi di sostenibilità che sono stati oggetto di discussione, sia da parte del Top Management, che degli stakeholder interni e esterni, nonché una descrizione dei principali contenuti di ogni tema.

Pillar / Area di impegno	Tema	Materialità
Amplifon business	Resilienza e redditività nel lungo termine	■
	Approccio strategico e governance della sostenibilità	■
Product & Service Stewardship	Disponibilità e accessibilità alla cura dell'udito	■
	Innovazione, digitalizzazione e personalizzazione della customer experience	■
	Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti e servizi	■
	Cybersecurity e privacy dei dati	■
	Pratiche di marketing e vendita responsabili	■
People Empowerment	Attrazione e sviluppo delle risorse chiave	■
	Salute e sicurezza dei dipendenti	■
	Diversità, equità e inclusione	■
	Benessere e coinvolgimento delle persone	■
Community Impact	Sensibilizzazione ed educazione al benessere uditivo	■
	Supporto alle comunità locali	■
Ethical Behavior	Contesto regolatorio	■
	Conduzione etica e responsabile del business	■
	Gestione dei rifiuti e economia circolare	■
	Gestione delle risorse idriche	
	Efficienza energetica e azioni per il clima	■
	Gestione responsabile della catena di fornitura	■
	Efficientamento del processo logistico e distributivo	

Descrizione

Generare valore economico condiviso e rafforzare la leadership globale garantendo una crescita economica sostenibile nel lungo termine, grazie a una gestione responsabile e prospettica degli asset finanziari, fisici, intellettuali, umani, sociali e relazionali

Integrare i principi e le aree di impegno della sostenibilità nella strategia del Gruppo, nella sua governance e gestione dei rischi, promuovendo iniziative di business in linea con gli obiettivi del Piano di Sostenibilità e i trend di mercato e normativi in ambito di sostenibilità

Facilitare l'accessibilità e la diffusione della cura dell'udito investendo nell'espansione di un network distributivo globale e nell'offerta di servizi innovativi in grado di facilitare il superamento delle barriere fisiche e sociali dovute all'ipoacusia

Investire nella tecnologia e in soluzioni uditive e servizi sempre più innovativi, coinvolgenti e digitali, in grado di migliorare e personalizzare la customer experience, sia in negozio che fuori, dal primo punto di contatto ai servizi post-vendita

Garantire i più alti standard di qualità e l'adeguata affidabilità e sicurezza dei prodotti e servizi offerti ai clienti, facendo leva sull'expertise e la professionalità degli audioprotesisti, nel totale rispetto delle normative vigenti

Adottare pratiche e politiche volte alla salvaguardia della sicurezza informatica e alla tutela dei dati personali e sensibili forniti dai clienti e da tutti gli stakeholder, in linea con l'evoluzione delle normative e alla luce della continua digitalizzazione dei servizi offerti

Promuovere pratiche di marketing e vendita responsabili, assicurando interazioni trasparenti e affidabili con i clienti e gli stakeholder

Posizionarsi come *employer of choice* e investire nell'eccellenza attraendo e sviluppando i migliori talenti, valorizzandone il potenziale e incentivandone lo sviluppo professionale, attraverso programmi di formazione e di *leadership development* e incarichi all'interno di progetti globali

Adottare politiche, pratiche e sistemi di gestione volti a garantire un luogo di lavoro sano e sicuro per le persone coinvolte nelle attività aziendali, anche tramite piani di formazione ad hoc e attività di prevenzione in ambito salute e sicurezza

Assicurare un ambiente di lavoro inclusivo e equo per tutte le persone, garantire a tutti pari opportunità, e tutelare le diversità e le minoranze contrastando ogni forma di discriminazione e di molestia morale o psicologica basata su qualsivoglia caratteristica della persona umana

Garantire le migliori condizioni di lavoro, i diritti dei lavoratori e il benessere delle persone, al fine di promuovere un ambiente di lavoro coinvolgente e stimolante anche grazie ad attività di comunicazione e coinvolgimento interno e tramite solide relazioni con le parti sociali

Accrescere la sensibilizzazione e la consapevolezza sull'importanza del benessere uditivo e l'ascolto responsabile, incoraggiando la prevenzione all'inquinamento acustico e combattendo ogni tipo di stigmatizzazione, con l'obiettivo di trasformare la percezione della cura dell'udito e massimizzarne i benefici individuali e sociali

Supportare i territori tramite iniziative di sviluppo locale e attività filantropiche volte a coinvolgere le comunità, con particolare riferimento a quelle più vulnerabili, mettendo a disposizione conoscenze, risorse e best practice, al fine di generare un impatto sociale sostenibile nel tempo

Presidiare il contesto regolatorio per garantire che le attività di business siano pienamente conformi alle normative nazionali e internazionali relative agli aspetti tecnici dei dispositivi acustici, alla vendita e la distribuzione dei dispositivi acustici al pubblico (ad es. formazione e qualifica dei professionisti abilitati) e alle condizioni di rimborso

Condurre le attività di business nel rispetto dei più alti standard etici e morali, ostacolando attivamente qualsiasi tipo di pratica non etica, corruttiva e anti-concorrenziale e operando con onestà e integrità in ogni ambito, incluso quello della strategia fiscale

Gestire correttamente la raccolta e lo smaltimento dei rifiuti, adottare pratiche di economia circolare per la valorizzazione del rifiuto come risorsa e il recupero dei materiali, nonché cogliere le opportunità in termini di riduzione dei rifiuti (ad es. tramite la promozione dei dispositivi acustici ricaricabili)

Gestire efficientemente le risorse idriche all'interno delle attività di business, e adottare politiche e buone pratiche in grado di promuovere un uso responsabile dell'acqua all'interno degli uffici e dei negozi per limitarne in consumo

Promuovere iniziative di efficientamento energetico e incentivare l'utilizzo delle energie rinnovabili nelle attività di business, nonché attuare strategie di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra in un'ottica di riduzione dell'impatto ambientale e mitigazione e adattamento al cambiamento climatico

Integrare criteri di sostenibilità (es. tutela dei diritti umani, condizioni di lavoro, pratiche ambientali) nella gestione responsabile della catena di fornitura, tramite processi d'acquisto che permettano la tracciabilità degli approvvigionamenti, e la valutazione e la selezione dei fornitori

Efficientare la gestione del modello logistico-distributivo, dalla pianificazione della domanda e delle scorte, alle operazioni di magazzino, fino alla logistica dei trasporti, in ottica di ottimizzazione della catena distributiva con l'obiettivo di ridurre i relativi consumi energetici, emissioni e costi

PRINCIPALI ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Stakeholder	Tipo di attività di coinvolgimento
Personale	Programmi di condivisione interna (One Amplifon, Leadership Touchpoint, Townhall, global functional conference), Global Engagement Survey "Your Voice", meccanismo di anytime & continuous feedback durante la valutazione delle performance individuali, riunioni d'area e visite ai punti vendita, Global Internal Communication Framework, aggiornamenti su progetti ed iniziative globali, newsletter internal Good Morning Amplifon, attività di induction, comunicazioni sulla <i>intranet</i> aziendale
Persone con ipoacusia & <i>care givers</i>	Ricerche di mercato quantitative e qualitative (focus group, interviste individuali, telefoniche e online), <i>usability test</i> , <i>customer satisfaction survey</i> e indagini per la raccolta dei feedback sulla <i>customer experience</i> (questionario cartaceo, call center, e-mail, SMS), attività di comunicazione
<i>Franchisee</i> & agenti ⁴³	Focus group, Global Engagement Survey, convegni annuali
Azionisti, fornitori di capitale e comunità finanziaria	Conference call sui risultati finanziari, partecipazione a roadshow e conferenze di settore con incontri bilaterali e di gruppo con investitori istituzionali (sia equity che debito), company visit da parte di analisti e investitori, condivisione di feedback con agenzie di rating (sia di credito che ESG) e investitori attenti alle tematiche di sostenibilità
Associazioni di settore e dei consumatori	Focus group, seminari, conferenze, presentazioni pubbliche e progetti congiunti, consulto con associazioni a livello europeo e globale
Produttori di dispositivi acustici ⁴⁴	Riunioni di business review, confronto in fase di definizione di termini e condizioni di nuovi contratti, partnership
Fornitori indiretti & altri attori della catena del valore	Incontri diretti, visite in loco, partecipazione a <i>speaking opportunities</i> organizzate dai fornitori, partnership
Accademia & classe medica	Collaborazione in progetti di ricerca, incontri nelle Università, offerte di tirocini e partnership con Università, career day, progetti di mentoring, condivisione di contest scientifici
Media	Comunicati stampa, conference call, canali social, media conference, interviste, partecipazione a <i>speaking opportunities</i> , attività di brand awareness
Sindacati	Dialogo costante con i rappresentanti sindacali e sindacati, stipula di contratti a livello locale
Autorità di regolamentazione & sistemi sanitari	Dialogo con le istituzioni e partecipazione a tavoli di lavoro, consultazione periodica e progetti congiunti Indagini, riunioni con organizzazioni sanitarie (UE, WHO)
Comunità locali e globali	Attività di press office, partecipazione ad eventi locali e globali, Global PR, partecipazioni ad associazioni, attività di volontariato

43 - L'engagement con *franchisee* e gli agenti (quali autogestori in Italia e Spagna) avviene solo a livello locale, per via delle peculiarità del business di ciascun Paese.

Di seguito sono presentate le principali attività di stakeholder engagement svolte nel 2022. Le attività sono dettagliate sulla base di canali di engagement utilizzati, eventuali temi sollevati e relative risposte di Amplifon. Oltre a tali attività, così come descritto nella Guida alla lettura, dal 2018 coinvolgiamo annualmente alcune categorie di stakeholder per la prioritizzazione dei nostri temi materiali, al fine di integrare progressivamente le loro aspettative e i loro feedback in merito al nostro reporting di sostenibilità.

Temi/aspettative manifestati dagli stakeholder	Risposta di Amplifon
<ul style="list-style-type: none"> •Garantire una One Employee Experience a livello di Gruppo •Potenziare la ricerca di figure in aree chiave quali marketing, digital, CRM e retail •Condivisione interna •Crescita professionale e sviluppo delle competenze •Riconoscimento e premiazione •Qualità del lavoro, in termini di semplificazione e armonizzazione dei processi •Inclusione e rispetto delle diversità dei dipendenti 	<ul style="list-style-type: none"> •Implementazione del programma di People Management You@Amplifon •Potenziamento della strategia globale di <i>attraction e acquisition e Employee Value Proposition</i> •Programma Digital Amplifon Global Onboarding (DaGO) •Potenziamento dell'offerta formativa per il Talent Development e implementazione di Ampli Academy •Programmi di Leadership Development •Nuovo processo di Performance Development Review •Migrazione dei processi HR un'unica piattaforma cloud integrata •Continuo miglioramento delle funzionalità della Intranet e roll-out nei principali Paesi •Survey interna per l'aggiornamento dell'analisi di materialità •DEIB Policy •Creazione di una newsletter di sostenibilità <i>ad hoc</i> •Coinvolgimento delle famiglie per eventi aziendali
<ul style="list-style-type: none"> •Migliorare l'esperienza dei clienti in corrispondenza di ogni punto di contatto con Amplifon, sia fisico che virtuale •Conoscere meglio le caratteristiche dei prodotti e del processo di selezione della soluzione uditiva per trarne il massimo beneficio •Ridurre il pregiudizio associato al calo dell'udito e fornire una spiegazione chiara delle conseguenze legate ad un'ipoacusia non trattata •Facilitare gli <i>influencer</i> nel loro compito di supporto nei confronti di amici e familiari con difficoltà uditive 	<ul style="list-style-type: none"> •Continui miglioramenti in termini di usabilità e accessibilità dell'App Amplifon •Sviluppo di un nuovo approccio di comunicazione volto a combattere lo stigma •Pianificazione di azioni per un progressivo miglioramento in termini di <i>customer experience</i> (prodotti, servizi, punti di contatto fisici e digitali)
<ul style="list-style-type: none"> •Qualità del lavoro •Formazione e sviluppo delle competenze 	<ul style="list-style-type: none"> •Continuo miglioramento dell'offerta formativa •Programma di riconoscimento e premiazione
<ul style="list-style-type: none"> •Trasparenza delle informazioni finanziarie •Performance aziendali •Possibili impatti di cambiamenti normativi sul raggiungimento degli obiettivi strategici •Aggiornamento continuo circa eventi chiave della strategia (es. acquisizioni, Amplifon Product Experience) •Progressiva integrazione della sostenibilità nella strategia di business 	<ul style="list-style-type: none"> •Informazioni di aggiornamento dedicate agli ultimi eventi nelle presentazioni agli investitori e durante le conference call sui risultati e nel cd. Capital Markets Day •Progressivo miglioramento del sito Corporate, anche con maggiori informazioni sulla sostenibilità •Definizione di obiettivi e target in ambito sostenibilità
<ul style="list-style-type: none"> •Aumentare la sensibilizzazione sulla cura dell'udito •Aumentare la soddisfazione dei clienti •Migliorare ulteriormente il nostro approccio di business focalizzato sulle necessità del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> •Collaborazione in progetti di ricerca •Sviluppo di azioni congiunte •Ingresso nell'EHIMA (European Hearing Instrument Manufacturers Association)
<ul style="list-style-type: none"> •Trend di mercato, di settore e tecnologici •Possibili impatti di cambiamenti normativi •Processo di sviluppo dell'ecosistema multicanale di Amplifon 	<ul style="list-style-type: none"> •Condivisione delle prospettive di mercato e dei clienti •Condivisione delle prospettive di sviluppo dell'ecosistema multicanale di Amplifon
<ul style="list-style-type: none"> •Sviluppo futuro del business •Adozione di nuove tecnologie 	<ul style="list-style-type: none"> •Condivisione di interessi reciproci, nonché di informazioni sull'attività commerciale e sui clienti •Progetti congiunti (es. App Amplifon)
<ul style="list-style-type: none"> •Assicurare che le attività di ricerca siano basate su evidenze cliniche •Avvicinare i giovani al mondo del lavoro con attività concrete •Migliorare la consapevolezza dei policy maker in materia di perdita dell'udito •Rafforzare il rapporto con la classe medica 	<ul style="list-style-type: none"> •Partecipazione congiunta in progetti di ricerca •Finanziamento di scholarship •Partnership globali con associazioni studentesche e Università •Opportunità di network per giovani talenti •Graduate program
<ul style="list-style-type: none"> •Informazioni aggiornate sul business e sulle performance aziendali •Nuove tecnologie a servizio del cliente e del dipendente •Ruolo sociale di Amplifon e sensibilizzazione dei giovani sulla cura dell'udito •Trasparenza delle informazioni 	<ul style="list-style-type: none"> •Coinvolgimento del Top Management in speaking opportunities e interviste •Top Management positioning sui canali social •Partecipazione a eventi (es. Salone della CSR e dell'innovazione sociale, testimonianze presso università) •Promozione dell'App "Ci Sentiamo Dopo" per le rilevazioni del rumore
<ul style="list-style-type: none"> •Promuovere il work-life balance dei dipendenti 	<ul style="list-style-type: none"> •Implementazione di contratti locali ad hoc, in linea con le policy globali
<ul style="list-style-type: none"> •Promuovere la qualità e la sostenibilità nel settore e l'accessibilità alle soluzioni per l'udito •Necessità di migliorare l'accessibilità alle soluzioni per l'udito •Aumentare la sensibilizzazione sulla cura dell'udito 	<ul style="list-style-type: none"> •Sviluppo di azioni congiunte in collaborazione con associazioni dei consumatori e associazioni di settore •Condivisione di informazioni su questioni specifiche di settore •Partecipazione a campagne di sensibilizzazione •Attività di sensibilizzazione rivolte agli otorinolaringoiatri
<ul style="list-style-type: none"> •Condividere la mission e la visione di Amplifon 	<ul style="list-style-type: none"> •Testimonianze presso eventi locali e globali •Attività di volontariato a livello locale e globale •Comunicare in maniera proattiva e trasparente •Certificazione Top Employer •Adesione al UN Global Compact

44 - L'engagement con i produttori di dispositivi acustici e con i principali fornitori avviene in maniera preponderante a livello Corporate, in quanto la relazione con questi stakeholder è gestita tramite la funzione Procurement & Supply Chain.

PRINCIPALI RISCHI CONNESSI AI TEMI DI SOSTENIBILITÀ

Per fornire un'informazione completa agli stakeholder, la tabella seguente riassume i potenziali rischi identificati da Amplifon lungo la propria catena del valore, nonché le principali modalità di gestione degli stessi, con riferimento ai principali temi di sostenibilità materiali⁴⁵, tra cui quelli riconducibili agli aspetti espressamente richiamati dal D.Lgs. 254/2016.

POTENZIALI RISCHI CONNESSI AI TEMI ESG MATERIALI PER AMPLIFON I/2

Temì materiali	Potenziale rischio	Descrizione del rischio
Resilienza e redditività nel lungo termine	Potenziali rischi strategici e finanziari legati all'andamento dell'attività aziendale rispetto al contesto economico emacroeconomico globale e alle incertezze derivanti dall'aumento dell'inflazione e dei tassi d'interesse, nonché dagli effetti residui del Covid-19	L'attuale contesto macroeconomico globale, influenzato dal conflitto in Ucraina e dalla crisi energetica europea, e in forma minore dagli impatti residui del Covid-19, ha visto l'aumento di inflazione e tassi d'interesse. Tali eventi potrebbero generare un aumento del costo del lavoro ed un calo della fiducia dei consumatori associati al rallentamento del mercato globale
Approccio strategico e governance della sostenibilità	Potenziali rischi strategici e di non conformità legati alle evoluzioni normative sulle tematiche di sostenibilità e alle attività di controllo e monitoraggio interno delle performance rispetto agli obiettivi strategici in ambito ESG	Eventuali pressioni normative sul reporting di sostenibilità e richieste di impegno su alcuni temi specifici (es. ambientali) potrebbero comportare una difficoltà nell'allineamento con leggi, regolamenti e best practice di settore, nonché nel raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità, con possibili effetti di compliance e reputazionali
Disponibilità e accessibilità alla cura dell'udito	Potenziali rischi finanziari legati alle difficoltà per i clienti di accedere e usufruire dei prodotti e servizi per la cura dell'udito a causa di barriere fisiche, sociali e digitali	La possibile difficoltà delle persone più anziane a raggiungere i punti vendita, nonché la stigmatizzazione della cura dell'udito, potrebbero limitare la disponibilità e accessibilità alla cura dell'udito, impattando così sulla penetrazione dei prodotti e dei servizi offerti da Amplifon
Innovazione, digitalizzazione e personalizzazione della customer experience	Potenziali rischi strategici e di perdita di competitività legati alla capacità di proporre servizi innovativi, digitali e tecnologicamente avanzati per i clienti, nonché personalizzati sulle specifiche esigenze	Possibili limitazioni nell'evoluzione tecnologica, nonché nella digitalizzazione e personalizzazione dei servizi offerti, potrebbero avere un impatto sulla competitività, riducendo la quota di mercato e la soddisfazione dei clienti
Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti e servizi	Potenziali rischi di non conformità dei prodotti e servizi offerti in termini di qualità e affidabilità, o nelle misure di sicurezza per i clienti	La possibile non conformità a specifiche normative in materia di qualità e etichettatura dei prodotti, agli standard di qualità dell'App Amplifon o l'eventuale uso non corretto del dispositivo acustico da parte del cliente, potrebbero portare a eventuali rischi per la salute e sicurezza dei clienti, sanzioni pecuniarie e danni alla reputazione
Cybersecurity e privacy dei dati	Potenziali rischi operativi e di non conformità legati a possibili <i>breaches</i> nei sistemi di cybersecurity e data privacy con conseguenti perdite di dati personali e informazioni dei clienti	La non conformità ai requisiti normativi sulla cybersecurity e privacy dei dati, nonché la continua digitalizzazione dei servizi offerti e delle modalità di lavoro, potrebbe portare a violazioni dei sistemi IT, furti e/o perdite di dati sensibili, in particolare con l'avvio del conflitto russo-ucraino, con conseguenti danni operativi per interruzione della continuità del business, nonché eventuali impatti finanziari (per sanzioni pecuniarie) e reputazionali
Pratiche di marketing responsabile	Potenziali rischi reputazionali legati ad una informazione imprecisa e/o non pienamente trasparente verso i clienti, sia nelle campagne marketing che relativamente alle istruzioni fornite dal personale di negozio	Una comunicazione non pienamente efficace, chiara, trasparente e affidabile verso i clienti e i potenziali clienti, sia da parte dell'azienda che dei dipendenti di negozi diretti e <i>franchisee</i> , potrebbe portare a impatti in termini di reputazione, credibilità e fiducia

45 - Si segnala che maggiori dettagli relativi ai principali rischi identificati nel processo di ERM 2022 e inerenti ai temi "Resilienza e redditività nel lungo termine", "Innovazione, digitalizzazione e personalizzazione della customer experience", "Cybersecurity e privacy dei dati", "Attrazione e sviluppo delle risorse chiave" e "Contesto normativo", in quanto maggiormente connessi al business di Amplifon, trovano maggiormente dettaglio nella Relazione sulla Gestione al 31 dicembre 2022 dell'[Annual Report 2022](#) (sezione "Gestione dei rischi").

Inoltre, con particolare riferimento al tema “Efficienza energetica e azioni per il clima”, è presente una seconda tabella interamente dedicata a un focus specifico sui principali rischi e opportunità legati al *climate change* identificati sulla base delle raccomandazioni della TCFD. Si segnala che, alla luce delle *operations* di Amplifon e delle attività di risposta al rischio già in essere, da tali analisi non sono emerse esposizioni materiali a tali tipologie di rischi ESG nel breve termine.

Risposta al rischio/Modalità di gestione⁴⁶

- Continuo monitoraggio del contesto macroeconomico per gestire efficacemente potenziali impatti associati ad aumento di inflazione e tassi d'interesse
 - Rinegoziazione dei contratti con i fornitori di energia
 - Stipulazione di tassi d'interesse fissi nei contratti di finanziamento
 - Rinnovo dei contratti di locazione dei negozi
 - Ottimizzazione dei costi a tutti i livelli dell'organizzazione
 - Continuo aggiornamento dei Protocolli operativi volti a contrastare la diffusione del Covid-19 nelle poche aree geografiche in cui sono state applicate specifiche restrizioni locali e temporanee nel corso del 2022
-
- Attività di supervisione delle questioni legate alla sostenibilità da parte del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità e del Consiglio di Amministrazione
 - Attività di coordinamento e implementazione dei progetti legati alla sostenibilità da parte di un team dedicato (IR & sustainability)
 - Continuo allineamento tra il team IR & Sustainability, tutte le funzioni aziendali, nonché le regioni e i Paesi, in merito al reporting di sostenibilità, richieste normative e eventuali progetti specifici
 - Attività di induction interna dedicata al Top Management e alle funzioni aziendali coinvolte nel reporting di sostenibilità
 - Monitoraggio continuo del raggiungimento degli obiettivi del Piano di Sostenibilità e condivisione con l'Executive Leadership Team
 - Attività di coordinamento con la società di revisione esterna per verificare l'allineamento normativo del reporting non finanziario di Amplifon
-
- Offerta di esami, test dell'udito e trial gratuiti
 - Investimenti nell'espansione del network, con *store in store* e *corner* che raggiungono anche le aree rurali e garantiscono massima capillarità
 - Campagne di sensibilizzazione sull'importanza della cura dell'udito per superare lo stigma
 - Introduzione di prodotti e servizi digitali e tecnologicamente avanzati in grado di interagire in ogni momento con il cliente attraverso l'App Amplifon
 - Intensificazione dei servizi offerti da remoto
-
- Introduzione di prodotti e servizi digitali e tecnologicamente avanzati in grado di interagire in ogni momento con il cliente attraverso l'App Amplifon
 - Intensificazione dei servizi offerti da remoto
 - Attività di formazione specifica per gli audioprotesisti sui prodotti e servizi offerti e sull'interazione con i clienti
 - Rete di fornitori diversificata, che permette ad Amplifon di avere accessibilità ai prodotti più innovativi
-
- Stretta collaborazione con i fornitori di dispositivi acustici
 - Formazione degli audioprotesisti sul corretto utilizzo dei prodotti e dell'App Amplifon
 - Monitoraggio delle modifiche normative
 - Conformità a leggi e regolamenti locali e regionali relativi alla salute e sicurezza
 - Certificazioni ISO e introduzione di procedure per l'adeguamento al nuovo Regolamento Dispositivi Medici (UE) 2017/745
 - Inserimento di una figura in azienda dedicata al monitoraggio della qualità dei prodotti
 - Implementazione in corso di un nuovo strumento di Quality Assurance che permette ai negozi (diretti, indiretti e franchisee) di monitorare e riportare tutti gli eventuali casi di prodotti con difetti o non conformi
-
- Conformità alla General Data Protection Regulation (GDPR) negli stati dell'UE in cui opera Amplifon e a norme locali nelle altre aree geografiche
 - Istituzione di un Comitato interno per la cybersecurity
 - Investimenti in *cybersecurity* e sistemi di sicurezza IT (es. Multi-factor authentication, sistemi anti-phishing, blocco all'accesso di siti internet sospetti, protezione dei network, implementazione di sistemi per la valutazione delle vulnerabilità)
 - Rafforzamento della protezione della rete aziendale tramite strumenti di controllo con intelligenza artificiale
 - Attività di training e di sensibilizzazione (es. *cybersecurity pills*, simulazioni *phishing*)
 - Attività di monitoraggio e patching interno, anche con affidamento a terze parti
-
- Formazione degli audioprotesisti sul corretto utilizzo dei prodotti e dell'App Amplifon
 - Linee guida globali per la revisione e approvazione dei contenuti marketing
 - Protocollo Amplifon 360 per fornire a tutti i clienti maggiori informazioni e comprensione durante il *customer journey*
 - Supporto alla ricerca al fine di diffondere un'informazione basata sulle evidenze cliniche
 - Training ai dipendenti sulla reputazione e l'immagine del brand
 - *Social Media Policy*, guida per i dipendenti sul corretto utilizzo degli account sulle piattaforme social

46 - Oltre a quanto riportato, si segnala che la Policy di Sostenibilità di Amplifon dal 2018 costituisce una risposta preliminare in termini di impegno e gestione dei relativi rischi per tutti i temi materiali.

POTENZIALI RISCHI CONNESSI AI TEMI ESG MATERIALI PER AMPLIFON 2/2

Temî materiali	Potenziale rischio	Descrizione del rischio
Attrazione e sviluppo delle risorse chiave	Potenziali rischi operativi legati alla difficoltà di identificare, attrarre, trattenere e formare talenti e figure chiave qualificate nei punti vendita, nel <i>back office</i> e nei ruoli dirigenziali per mantenere una conduzione del business efficace	La rapida crescita dell' <i>industry</i> di riferimento costituisce una sfida nell'attrarre e trattenere talenti e figure chiave. La mancanza di specifiche competenze tecniche del personale sia di negozio, che del <i>back office</i> , potrebbe portare a inefficienze nell'operatività del Gruppo e nel garantire la <i>pipeline</i> di talenti necessaria a supportare gli obiettivi di business. Inoltre, in considerazione della crescita del business potrebbe generarsi l'indisponibilità di figure manageriali per far fronte ai piani di successione nei ruoli chiave
Salute e sicurezza dei dipendenti	Potenziali rischi operativi e di non conformità legati al mancato rispetto delle normative in materia di salute e sicurezza per i dipendenti dei negozi e del <i>back office</i>	La non conformità a normative in materia di salute e sicurezza riguardanti le condizioni del luogo di lavoro (anche rispetto alla diffusione del Covid-19), potrebbe portare a rischi per la salute e/o sanzioni pecuniarie
Diversità, equità e inclusione	Potenziali rischi reputazionali e di non conformità legati a eventuali casi di discriminazione di alcune categorie di dipendenti sul luogo di lavoro, violenza psicologica e/o non trattamento paritario degli stessi	Eventuali azioni discriminatorie o di violenza morale o psicologica sul luogo di lavoro, o la difficoltà a garantire a tutti pari opportunità e di proteggere eventuali diversità e minoranze in determinati Paesi, potrebbero portare a possibili non conformità e sanzioni pecuniarie, danni reputazionali e perdita di fiducia
Benessere e coinvolgimento delle persone	Potenziali rischi operativi e reputazionali legati alla perdita dei talenti per bassa <i>retention</i> e limitate attività di benessere e coinvolgimento interno, nonché potenziali rischi di non conformità a leggi e regolamenti sulle corrette condizioni di lavoro	La possibile non completa efficacia da parte dell'Organizzazione di far fronte a un contesto in mutamento a seguito del Covid-19, di ascoltare e rispondere alle esigenze dei dipendenti in termini di benessere interno, nonché di garantire il rispetto di adeguate condizioni di lavoro per tutti, potrebbero portare a casi di non conformità, danni reputazionali e perdite di talenti
Sensibilizzazione ed educazione al benessere uditivo	Potenziali rischi reputazionali legati ad una non piena efficacia dei programmi di <i>awareness</i> e comunicazione (campagne di sensibilizzazione, educazione e prevenzione alla cura dell'udito) a causa della stigmatizzazione e barriere sociali	Programmi di <i>awareness</i> e di comunicazione non pienamente efficaci, credibili e coinvolgenti per i potenziali clienti e i <i>care givers</i> , potrebbero portare a perdite di credibilità e fiducia, danni reputazionali e un impatto sulla penetrazione dei prodotti e dei servizi offerti da Amplifon
Supporto alle comunità locali	Potenziali rischi strategici e reputazionali legati ad un eventuale disallineamento tra la strategia di <i>community impact</i> di Amplifon e le aspettative degli stakeholder e delle comunità locali	Un non adeguato supporto alle comunità locali in termini di sviluppo di risorse e diffusione di conoscenze, nonché una strategia di <i>community impact</i> non allineata alle aspettative e necessità degli stakeholder (es. comunità, futuri talenti) potrebbero risultare in un minore beneficio per la comunità in termini di impatto sociale, e in una mancata opportunità per Amplifon
Contesto regolatorio	Potenziali rischi regolatori dipendenti dall'evoluzione del contesto normativo e regolatorio nei mercati di riferimento in cui la società opera	Un cambiamento della normativa (ad es. nelle condizioni di rimborso, nell'accessibilità al servizio sanitario nazionale, nel ruolo degli otorinolaringoiatri e degli audioprotesisti, nei requisiti per la vendita di apparecchi acustici e servizi correlati, nell'introduzione di apparecchi acustici da banco OTC, ecc.) potrebbe avere un effetto diretto sul mercato e quindi sulle performance del Gruppo
Conduzione etica e responsabile del business	Potenziali rischi reputazionali e di non conformità legati a casi di corruzione, concorrenza sleale o all'occorrenza di pratiche di business non etiche	L'eventuale mancato rispetto da parte dei dipendenti delle norme legislative, la possibilità che il personale commetta atti illegali, corruttivi (sia in ambito pubblico che privato) o violi le regole interne, le procedure interne e il Codice Etico, potrebbe portare a sanzioni pecuniarie e interdittive o a danni alla reputazione.
Gestione dei rifiuti e economia circolare	Potenziali rischi di non conformità a leggi e regolamenti in materia di corretto trattamento dei rifiuti	L'eventuale mancato rispetto delle normative vigenti in ambito di corretto smaltimento, trattamento, riutilizzo e riduzione dei rifiuti, tra cui anche quelli connessi all'utilizzo dei dispositivi acustici, può portare a sanzioni pecuniarie
Efficienza energetica e azioni per il clima ⁴⁸	Potenziali rischi operativi, finanziari, di non conformità e reputazionali legati ai consumi energetici del Gruppo e al <i>commitment</i> in termini di lotta al cambiamento climatico	Strategie di efficienza energetica e riduzione delle emissioni non pienamente efficaci, nonché la mancata adozione di una strategia climatica per il Gruppo, potrebbero comportare, oltre che a un danno alla reputazione, ad una maggiore difficoltà di accesso agli investimenti, a maggiori costi operativi e un impatto ambientale superiore
Gestione responsabile della catena di fornitura	Potenziali rischi operativi, finanziari, di non conformità e reputazionali legati al mancato rispetto degli standard minimi di condotta etica lungo la catena di fornitura	Strategie di controllo di standard e requisiti minimi richiesti ai fornitori non pienamente efficaci potrebbero portare a casi di non conformità in merito a tematiche quali diritti umani, condizioni di lavoro adeguate e standard ambientali, con conseguenti interruzioni dei rapporti commerciali, sanzioni e danni reputazionali

47 - Le presenti iniziative, seppur non rappresentanti una vera e propria risposta al rischio nella fattispecie, sono da considerarsi propedeutiche all'implementazione delle iniziative già identificate come risposte al rischio non ancora attuate. La Policy di Sostenibilità stessa rappresenta una prima formalizzazione delle aree di impegno da presidiare.

Risposta al rischio/Modalità di gestione⁴⁸

- Intensificazione delle iniziative di *employer branding*, partnership con le università, percorsi di tirocinio, attività di recruiting e talent attraction (es. *Global Graduate Program*)
 - Potenziamento dei programmi e delle piattaforme di formazione (Ampli Academy) e continuo investimento nella formazione degli audioprotesisti
 - Introduzione di processi di "talent mapping" per lo sviluppo di piani di successione
 - Ampliamento della proposta dei Leadership Program per la crescita professionale
 - Implementazione del processo di Performance Development Review (PDR)
 - Monitoraggio di KPI dedicati (es. % di turnover per ruoli chiave, numero di talenti, numero di incarichi internazionali, ecc.)
 - Riconoscimento e investimento nei top performer e nei talenti
-
- Conformità a leggi e regolamenti locali e regionali relativi alla salute e sicurezza dei dipendenti tramite l'istituzione di comitati interni, l'identificazione di responsabili in tale ambito e l'implementazione di procedure locali
 - Continuo aggiornamento di specifici Protocolli di regolamentazione delle misure per contrastare la diffusione del Covid-19 coerenti con le disposizioni normative e costantemente aggiornati in relazione all'evoluzione della pandemia
-
- Codice Etico e programmi di "corporate culture"
 - Policy di Sostenibilità
 - Policy DEIB (Diversity, Equity, Inclusion, Belonging) e istituzione di una DEIB Governance a livello globale
 - Attività di formazione, comunicazione e coinvolgimento interno sulle tematiche di Diversity & Inclusion
 - Implementazione di specifici action plan a seguito del Global Engagement Survey "Your Voice"
 - Adesione al Global Compact delle Nazioni Unite
 - Policy di Whistleblowing di Gruppo e relativi canali di segnalazione
 - Adesione all'associazione Valore D
-
- Codice Etico e programmi di "corporate culture"
 - Policy di Sostenibilità
 - Policy DEIB (Diversity, Equity, Inclusion, Belonging) e istituzione di una DEIB Governance a livello globale
 - Attività di formazione, comunicazione e coinvolgimento interno
 - Implementazione di specifici action plan a seguito del *Global Engagement Survey "Your Voice"*
 - Adesione al Global Compact delle Nazioni Unite
 - Smart Working Policy
 - Pacchetto di *flexible benefit*
-
- Implementazione di un *Global Press Book* e di riunioni redazionali di Paese e Corporate attraverso il meccanismo della *Weekly & Monthly Newsroom*
 - Linee guida globali per la revisione e approvazione dei contenuti marketing
 - Investimenti in un approccio multicanale e strategia di comunicazione integrata
 - Attività di sensibilizzazione e educazione delle nuove generazioni all'interno del Programma "Listen Responsibly"
 - Supporto alla ricerca al fine di diffondere un'informazione basata su evidenze cliniche
-
- Lancio del Programma "We Care" e conseguente miglioramento del processo di reporting e di comunicazione interna ed esterna attinente alle iniziative sociali locali
 - Supporto alla Fondazione Amplifon, Miracle-Ear Foundation e Fondazione GAES Solidaria
 - Specifiche attività locali di supporto alle comunità (es. sponsorizzazioni, donazioni liberali, ecc.)
 - Attività di stakeholder engagement
 - Progetti e collaborazioni con università e associazioni locali e globali
-
- Presenza della funzione Regulatory Affairs a presidio delle tematiche regolatorie
 - Monitoraggio continuo dei cambiamenti normativi e della loro evoluzione
 - Sviluppo e coordinamento di piani d'azione locali relativi agli eventuali cambi regolatori
 - Partecipazione attiva in dibattiti, associazioni di settore e istituzioni
 - Monitoraggio dell'evoluzione della normativa OTC e di possibile inserimento di offerta di nuovi prodotti a livello locale
-
- Adozione del Modello 231 in Italia e relative attività di supervisione, manutenzione ed aggiornamento
 - Policy Anticorruzione di Gruppo
 - Policy di Whistleblowing di Gruppo e relativi canali di segnalazione (in fase di adozione da parte dei Paesi)
 - Codice Etico e programmi di "corporate culture"
 - Sustainability Policy
 - Attività di formazione e comunicazione
 - Manuale di gestione delle crisi di comunicazione
 - Implementazione del Codice di Condotta dei Fornitori
-
- Training erogato a referenti locali in merito alla rendicontazione dei dati ambientali⁴⁷
 - Adozione della Policy di Sostenibilità
 - Studio di misure e iniziative per la riduzione dei rifiuti negli uffici e dei negozi
 - Progressiva vendita di dispositivi acustici ricaricabili per la riduzione delle batterie
 - Adesione al Global Compact delle Nazioni Unite
-
- Training erogato a referenti locali in merito alla rendicontazione dei dati ambientali⁴⁷
 - Adozione della Policy di Sostenibilità
 - Studio di misure e iniziative per l'efficiamento energetico negli uffici e dei negozi (ad es. tramite l'utilizzo di illuminazione LED)
 - Progressivo acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili certificata da Garanzie di Origine per uffici e negozi diretti
 - Adesione al Global Compact delle Nazioni Unite
 - Completamento dell'impronta carbonica del gruppo (Scopo 3) e prima partecipazione al Questionario CDP *Climate Change*
-
- Accettazione del Codice Etico da parte dei fornitori tramite specifiche clausole contrattuali
 - Sottoscrizione della Policy di Sostenibilità da parte dei fornitori diretti
 - Implementazione del Codice di Condotta dei Fornitori e progressiva accettazione da parte dei fornitori
 - Definizione di un nuovo framework globale per la valutazione dei fornitori sulla base dei principali rischi ESG
 - Inserimento di una figura in azienda dedicata alla gestione delle tematiche ESG nelle attività di procurement e catena di fornitura

48 - Si segnala che maggiori dettagli sui principali rischi legati al cambiamento climatico, identificati attraverso un'analisi di business model di Amplifon sulla base delle raccomandazioni della TCFD, sono presenti nella seconda tabella dedicata e nell'apposito Annex "Indice dei contenuti delle raccomandazioni della TCFD".

POTENZIALI RISCHI E OPPORTUNITÀ CONNESSI AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Al fine di identificare i principali rischi *climate-related* presentati nella seguente tabella, è stata svolta un'analisi preliminare degli scenari legati agli effetti del *climate change* potenzialmente impattanti per il Gruppo. Secondo diverse fonti internazionali (es. International Energy Agency), infatti, è previsto per il futuro un forte aumento del prezzo delle materie prime (con riferimento ai combustibili fossili) e, di conseguenza, all'energia elettrica, non-

Potenziale rischio legato al cambiamento climatico	Descrizione del rischio	Tipologia del rischio secondo le raccomandazioni della TCFD
Potenziale rischio di aumento dei costi operativi causato dall'incremento dei costi di approvvigionamento dell'energia e di fornitura di materie prime, anche a causa delle normative emergenti per la promozione delle risorse rinnovabili	L'aumento del costo dell'energia (dovuto anche agli effetti del cambiamento climatico e alla transizione del mercato verso l'utilizzo di fonti rinnovabili) e i crescenti requisiti di efficienza energetica (sia nell'ambito delle operazioni commerciali, sia nelle catene di fornitura e di distribuzione) potrebbero portare ad un aumento dei costi operativi il cui effetto potrebbe essere dovuto anche ad un possibile ritardo nella definizione di strategie e politiche di acquisto di energia rinnovabile, efficienza energetica e controllo dei consumi energetici del Gruppo	Transizione - Mercato
Potenziale rischio di non conformità alle normative e ai regolamenti relativi alla mitigazione e adattamento al cambiamento climatico	Una possibile strategia non specifica sulla mitigazione dell'impatto di Amplifon sul cambiamento climatico, con la mancanza di specifici obiettivi di riduzione delle emissioni di carbonio, potrebbero portare a casi di non conformità rispetto alle normative in materia (es. Tassonomia, EU Green Deal), nonché a potenziali sanzioni pecuniarie e danni reputazionali	Transizione - Policy
Potenziale rischio reputazionale associato alla mancanza di una strategia climatica globale adeguata a livello di attività di business e operations	La crescente aspettativa degli stakeholder (in particolare investitori, fornitori e business partner) sulle tematiche relative al <i>climate change</i> potrebbe generare danni reputazionali e una eventuale perdita di credibilità al Gruppo nel caso del mancato sviluppo di un'adeguata strategia climatica	Transizione - Reputazionale
Potenziali rischi relativi a danni fisici ad infrastrutture e beni (es. uffici, negozi e magazzini) a seguito di eventi metereologici estremi (es. uragani, alluvioni) con conseguenti impatti economici e operativi per le attività di business	Danni fisici ad infrastrutture e beni a seguito di alluvioni o altri eventi metereologici estremi o dovuti all'aggravarsi del cambiamento climatico possono ostacolare la normale funzionalità del business (ad es. chiusura temporanea di negozi e magazzini o impossibilità a raggiungere il posto di lavoro) con conseguenze operative e finanziarie	Fisico - Acuto Fisico - Cronico
Potenziali rischi di mercato, tecnologici e reputazionali dovuti alla crescente competitività del settore in termini di innovazione tecnologica, nonché alla crescente consapevolezza dei clienti, relativamente alla minimizzazione degli impatti sul clima dei prodotti e dei servizi offerti	Una strategia di mercato non pienamente in grado di integrare le tematiche ambientali e climatiche all'interno dei prodotti e servizi innovativi offerti ai clienti (ad es. prodotti <i>carbon neutral</i> , packaging sostenibile, layout sostenibile dei negozi, dispositivi acustici ricaricabili, ecc.) potrebbe causare una perdita di competitività nel settore, oltre che a danni reputazionali e a una riduzione delle vendite	Transizione - Mercato Transizione - Tecnologico Transizione - Reputazionale
Potenziale rischio di interruzione della catena di approvvigionamento e distribuzione causate, ad esempio, da disastri naturali dovuti agli effetti del cambiamento climatico, che potrebbero compromettere la regolare fornitura ai negozi	Modalità di approvvigionamento non pienamente diversificate potrebbero portare ad una interruzione della catena di fornitura e di distribuzione dovuta ad eventi naturali eccezionali e distruttivi (es. bombe d'acqua) che, oltre che a rappresentare un costo aggiuntivo, possono compromettere la vendita regolare dei prodotti	Fisico - Acuto Fisico - Cronico

ché un rafforzamento delle normative nazionali e internazionali per l'efficientamento energetico, la mitigazione e l'adattamento al *climate change*. Nonostante, in considerazione del modello di business di Amplifon, non siano state identificate esposizioni rilevanti ai rischi connessi al cambiamento climatico, la Società si impegna a mantenere costante il proprio presidio a rispetto a queste tematiche, anche continuando a monitorare i rischi *climate related*.

Risposta al rischio/modalità di gestione	Potenziali opportunità
<ul style="list-style-type: none"> • Training erogato a referenti locali in merito alla rendicontazione dei dati ambientali • Studio di misure e iniziative per l'efficientamento energetico negli uffici e nei negozi diretti • Progressivo acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili certificati da Garanzie di Origine per uffici e negozi diretti • Rinegoziazione dei contratti in essere con l'obiettivo di stabilire tariffe fisse, non essendo così soggetti alle oscillazioni del costo dell'energia • Collaborazione con consulenti esterni per la definizione di scenari di consumo ottimali 	<ul style="list-style-type: none"> • Opportunità di minimizzazione dei consumi energetici, delle emissioni e dei costi, con conseguente diminuzione degli impatti ambientali, tramite l'ottimizzazione delle modalità di approvvigionamento, della gestione delle scorte e del processo logistico-distributivo • Opportunità di utilizzo di soluzioni innovative e a basse emissioni per la logistica, con conseguente potenziale riduzione dei costi futuri a seguito di richieste normative emergenti • Opportunità di promozione di buone pratiche di comportamento e compliance ambientale verso i fornitori • Attivazione di percorsi di gestione del fine vita del prodotto (riuso/ recupero), con conseguente potenziale riduzione dei costi futuri e/o ricezione di incentivi a seguito di richieste normative emergenti
<ul style="list-style-type: none"> • Attività di formazione e coinvolgimento interno • Sessioni di induction con il Top Management e le principali funzioni aziendali • Monitoraggio dei macro-trend di settore e di mercato e dell'evoluzione normativa in materia di <i>climate change</i> • Redazione annuale della Dichiarazione non Finanziaria • Progresso nell'esercizio di rendicontazione in linea con le raccomandazioni della TCFD • Piano di Sostenibilità e target per aumentare la quota di elettricità acquistata da fonti rinnovabili • Adozione di un Codice di Condotta per i fornitori • Inserimento di una figura in azienda dedicata alla gestione delle tematiche ESG nelle attività di procurement e catena di fornitura • Continuo monitoraggio della normativa europea sulla Tassonomia, al fine di allinearsi a valle dell'inclusione del settore industriale di Amplifon • Completamento dell'impronta carbonica del Gruppo (Scopo 3) con conseguente identificazione preliminare di opportunità e azioni per la riduzione delle emissioni GHG 	<ul style="list-style-type: none"> • Opportunità di attrarre nuove tipologie di finanziamenti (finanziamenti Green-Social) • Opportunità di sviluppo di una <i>climate strategy</i> volta a definire degli obiettivi e delle azioni strutturate in favore della mitigazione e dell'adattamento al <i>climate change</i> • Opportunità di sviluppo e implementazione di un sistema di gestione ambientale
<ul style="list-style-type: none"> • Training erogato a referenti locali in merito alla rendicontazione dei dati ambientali • Completamento dell'impronta carbonica del Gruppo (Scopo 3) con conseguente identificazione preliminare di opportunità e azioni per la riduzione delle emissioni GHG • Prima partecipazione al questionario CDP <i>Climate Change</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Opportunità di sviluppo di una <i>climate strategy</i> volta a definire degli obiettivi e delle azioni strutturate in favore della mitigazione e dell'adattamento al <i>climate change</i> • Implementazioni di iniziative per contrastare il cambiamento climatico (es. minimizzazione consumi energetici, ottimizzazione processo logistico, ecc.)
<ul style="list-style-type: none"> • Alta capillarità del network di distributivo • Copertura da assicurazioni dedicate per i negozi • Disponibilità di attrezzature per visite domiciliari e servizi da remoto 	<ul style="list-style-type: none"> • Opportunità di sviluppo di una <i>climate strategy</i> volta a definire degli obiettivi e delle azioni strutturate in favore della lotta al <i>climate change</i> • Opportunità di promozione di buone pratiche di comportamento tra i dipendenti

Alla luce del *business model* di Amplifon, questa tipologia di rischio, seppur considerata all'interno del *Risk Universe*, al momento non è considerata applicabile grazie alla continua innovazione tecnologica e alla collaborazione con i principali produttori di dispositivi acustici a livello mondiale. Ciò garantisce al Gruppo di avere accesso a tutte le tipologie di prodotti lanciati nel settore, inclusi eventuali prodotti a minor impatto ambientale

Alla luce del *business model* di Amplifon, questa tipologia di rischio, seppur considerata all'interno del *Risk Universe*, al momento non è considerata applicabile grazie alla diversificazione delle modalità di approvvigionamento e del processo logistico-distributivo. Tuttavia, si riconosce la crescente rilevanza che le problematiche associate alle calamità naturali potrebbero avere nel medio/lungo termine, e per questo è in corso un attento monitoraggio dei possibili impatti sulla logistica e il regolare approvvigionamento per il Gruppo

INDICATORI DI PERFORMANCE

CORPORATE GOVERNANCE

COMPOSIZIONE E COMPETENZE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE⁴⁹ AL 31 DICEMBRE 2022

Ruolo	Nome	Esecutivo	Indipendente ⁵⁰	C.C.R.S. ⁵¹	C.R.N. ⁵²
Presidente	Susan Carol Holland			■	■
Amministratore Delegato	Enrico Vita	■			
Consigliere	Maurizio Costa		■		■
Consigliere	Veronica Diquattro		■		■
Consigliere	Laura Donnini		■	■	
Consigliere	Maria Patrizia Grieco		■		■
Consigliere	Lorenza Morandini⁵³		■	■	
Consigliere	Lorenzo Pozza		■	■	
Consigliere	Giovanni Tamburi		■		

49 - L'attuale Consiglio di Amministrazione è stato nominato dall'Assemblea degli Azionisti del 22 aprile 2022 e rimarrà in carica fino all'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2024. Durante il 2022, il C.d.A. si è riunito sette volte, con un tasso di partecipazione del 96,8%. I Curriculum Vitae dei componenti del C.d.A. sono consultabili sul nostro sito corporate.

50 - Amministratori che dichiarano di essere in possesso dei requisiti di indipendenza secondo la normativa vigente e il Codice di Corporate Governance di Borsa Italiana.

51 - C.C.R.S.: Membri del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità. Nel 2022, il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità si è riunito cinque volte con un tasso di partecipazione del 100%.


52 - C.R.N.: Membri del Comitato Remunerazione e Nomine.

53 - Consigliere espresso dalla lista di minoranza e indipendente ai sensi del Codice di Corporate Governance di Borsa Italiana.

LEGENDA

Competenze


 Business development e pianificazione strategica


 Gestione rischi, crisi e audit


 Finanza


















































 IT, digital e cyber

 ESG e cambiamento climatico

 Governance, legal e regulatory

 HR e cambiamento organizzativo

 Contesto internazionale

Genere	Nazionalità	Tasso di partecipazione	Competenze					
F	Italiana	100%						
M	Italiana	100%						
M	Italiana	100%						
F	Italiana	100%						
F	Italiana	100%						
F	Italiana	100%						
F	Italiana	100%						
M	Italiana	86%						
M	Italiana	86%						

COMPOSIZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE⁵⁴ AL 31 DICEMBRE 2022

Ruolo	Nome
Presidente	Raffaella Pagani ⁵⁵
Effettivo	Patrizia Arienti
Effettivo	Dario Righetti
Supplente	Alessandro Grange ⁵⁵
Supplente	Maria Venturini

COMPOSIZIONE DEL COMITATO CONTROLLO RISCHI E SOSTENIBILITÀ AL 31 DICEMBRE 2022

Ruolo	Nome	Tasso di partecipazione
Presidente	Lorenzo Pozza	100%
Membro	Susan Carol Holland	100%
Membro	Laura Donnini	100%
Membro	Lorenza Morandini	100%

COMPOSIZIONE DEL COMITATO REMUNERAZIONE E NOMINE AL 31 DICEMBRE 2022

Ruolo	Nome	Tasso di partecipazione
Presidente	Maurizio Costa	100%
Membro	Susan Carol Holland	88%
Membro	Veronica Diquattro	100%
Membro	Maria Patrizia Grieco	88%

COMPOSIZIONE DEL COMITATO OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE AL 31 DICEMBRE 2022

Ruolo	Nome
Presidente	Laura Donnini
Membro	Maurizio Costa
Membro	Lorenza Morandini

COMPOSIZIONE DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA AL 31 DICEMBRE 2022

Ruolo	Nome
Presidente	Lorenzo Pozza
Membro	Laura Donnini
Membro	Laura Ferrara (Group Internal Audit & Risk Management Officer)

LEAD INDEPENDENT DIRECTOR

Lorenzo Pozza

DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI

Gabriele Galli

SEGRETARIO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Federico Dal Poz

SOCIETA DI REVISIONE

KPMG S.p.A.

54 - L'attuale Collegio Sindacale è stato nominato dall'Assemblea degli Azionisti del 23 aprile 2021 e rimarrà in carica fino all'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2023.

55 - Membri dell'organo di controllo espresso dalla lista di minoranza.

SFERA ECONOMICA

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO⁵⁶

Valore economico direttamente generato e distribuito (migliaia di euro)	2020	2021	2022
Valore economico generato dalla Società	1.572.836	1.957.396	2.135.231
Ricavi ⁵⁷	1.572.836	1.957.396	2.135.231
Valore economico distribuito dalla Società	1.262.977	1.613.835	1.753.680
Costi operativi	697.828	832.793	897.770
Ai dipendenti (retribuzione e benefit)	493.493	639.033	699.549
Ai fornitori di capitale	17.335	65.687	76.532
- di cui dividendi	-	49.356	58.237
- di cui interessi pagati ai fornitori di capitale	17.335	16.331	18.295
Alla pubblica Amministrazione	52.728	72.460	75.160
- di cui imposte correnti sul reddito	47.386	63.437	66.905
- di cui altre imposte sulle società e multe	5.342	9.023	8.255
Alla comunità	1.593	3.862	4.669
- di cui membership ad associazioni	-	1.400	1.522
- di cui donazioni liberali	-	2.045	3.113
- di cui sponsorship per la comunità	-	227	21
- di cui spese per altre attività legate al business in favore della comunità (es. eventi, università, etc.)	-	190	13
Valore economico trattenuto dalla Società	309.859	343.561	381.551

56 - Si segnala che i dati 2020, 2021 e 2022 presentati nella tabella "Valore economico generato e distribuito" seguono l'applicazione del nuovo principio contabile IFRS 16.

57 - I ricavi differiscono dal valore riportato nei Prospetti Contabili Consolidati perché si riferiscono ai ricavi delle vendite e delle prestazioni sommati ad altri proventi.

NETWORK DISTRIBUTIVO PER PAESE AL 31 DICEMBRE 2022

Paese	Brand	Corporate shops (nr. negozi)	Shop-in-shop & corner (nr. negozi)	Franchisee (nr. negozi)	Totale (nr. negozi)
Italia	Amplifon	766	2.745	-	3.511
Francia	Amplifon	621	106	-	727
Spagna	GAES	555	118	-	673
Germania	Amplifon	598	-	-	598
Olanda	Beter Horen	159	50	-	209
Regno Unito	Amplifon	107	27	-	134
Svizzera	Amplifon	102	-	-	102
Belgio	Amplifon	87	37	-	124
Ungheria	Amplifon	79	-	-	79
Portogallo	Minisom	70	100	-	170
Polonia	Amplifon	93	-	-	93
Egitto	Amplifon	30	-	-	30
Israele	Medtechnica Orthophone	58	-	-	58
EMEA		3.325	3.183	-	6.508
USA	Miracle-Ear	293	-	1.264	1.557
Canada	Amplifon	89	-	-	89
Argentina	GAES	30	-	5	35
Cile	GAES	37	-	-	37
Colombia	GAES	20	-	2	22
Ecuador	GAES	28	-	1	29
Messico	GAES	14	-	-	14
Panama	GAES	2	-	-	2
AMERICA		513	-	1.272	1.785
Australia	Amplifon, Attune e Bay Audio	395	92	-	487
Nuova Zelanda	Bay Audiology & Dilworth	117	23	-	140
India	Amplifon	78	142	-	220
Cina	Amplifon	168	-	-	168
APAC		758	257	-	1.015
Gruppo Amplifon		4.596	3.440	1.272	9.308

SFERA SOCIALE

DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E AREA GEOGRAFICA AL 31 DICEMBRE

Totale Gruppo (N. dipendenti)	EMEA			AMERICA			APAC			CORPORATE			GRUPPO		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Audioprotesisti (abilitati ai sensi di legge)	3.726	3.759	3.827	246	386	545	932	1.150	1.238	0	0	0	4.904	5.295	5.610
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	421	421	379	17	129	75	10	39	38	0	0	0	448	589	492
Client advisor e altro personale di negozio	2.423	2.506	2.727	216	350	450	670	1.052	944	0	0	0	3.309	3.908	4.121
Field management ⁵⁸	249	219	438	18	27	93	42	78	138	0	0	0	309	324	669
Totale field force	6.819	6.905	7.371	497	892	1.163	1.654	2.319	2.358	0	0	0	8.970	10.116	10.892
Executive	0	0	1	1	1	1	1	1	1	10	11	110	12	13	14
Director	78	78	80	12	48	40	31	58	43	33	45	44	154	229	207
Manager	202	208	196	48	47	64	55	66	70	68	90	100	373	411	430
Professional	958	905	763	282	366	363	454	445	377	62	102	149	1.756	1.818	1.652
Totale back office	1.238	1.191	1.040	343	462	468	541	570	491	173	248	304	2.295	2.471	2.303
Totale dipendenti	8.057	8.096	8.411	840	1.354	1.631	2.195	2.889	2.849	173	248	304	11.265	12.587	13.195

DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE AL 31 DICEMBRE

Totale Gruppo	2020		2021		2022	
	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
Totale uomini	3.166	28,1%	3.469	27,6%	3.666	27,8%
Totale donne	8.099	71,9%	9.118	72,4%	9.529	72,2%
Totale dipendenti	11.265	100,0%	12.587	100,0%	13.195	100,0%

58 - Si segnala che a partire dal 2022 sono state riclassificate le categorie professionali appartenenti alla *field force*: in particolare, a partire dal 2022, la categoria "Field Management" è più ampia, e non include solo gli "Area Manager" come per i dati 2020 e 2021.

	2020	2021	2022
Field force	N. dipendenti	N. dipendenti	N. dipendenti
Totale field force	8.970	10.116	10.892
Uomini	2.177	2.357	2.568
Donne	6.793	7.759	8.324
Audioprotesisti (abilitati ai sensi di legge)	4.904	5.295	5.610
Uomini	1.542	1.638	1.717
Donne	3.362	3.657	3.893
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	448	589	492
Uomini	174	211	183
Donne	274	378	309
Client advisor e altro personale di negozio	3.309	3.908	4.121
Uomini	253	314	333
Donne	3.056	3.594	3.788
Field management	309	324	669
Uomini	208	194	335
Donne	101	130	334

	2020	2021	2022
Back office	N. dipendenti	N. dipendenti	N. dipendenti
Totale back office	2.295	2.471	2.303
Uomini	989	1.112	1.098
Donne	1.306	1.359	1.205
Executive	12	13	14
Uomini	10	11	12
Donne	2	2	2
Director	154	229	207
Uomini	106	153	146
Donne	48	76	61
Manager	373	411	430
Uomini	210	229	242
Donne	163	182	188
Professional	1.756	1.818	1.652
Uomini	663	719	698
Donne	1.093	1.099	954

DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E FASCIA DI ETÀ AL 31 DICEMBRE

Totale Gruppo	2020		2021		2022	
	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
Totale <30	2.400	21,3%	2.707	21,5%	2.779	21,1%
Totale 30-50	6.466	57,4%	7.208	57,3%	7.724	58,5%
Totale >50	2.399	21,3%	2.672	21,2%	2.692	20,4%
Totale dipendenti	11.265	100,0%	12.587	100,0%	13.195	100,0%

Field force	2020		2021		2022	
	N. dipendenti		N. dipendenti		N. dipendenti	
Totale field force	8.970		10.116		10.892	
<30	2.037		2.327		2.364	
30-50	5.045		5.639		6.237	
>50	1.888		2.150		2.291	
Audioprotesisti (abilitati ai sensi di legge)	4.904		5.295		5.610	
<30	1.263		1.347		1.430	
30-50	2.873		3.106		3.304	
>50	768		842		876	
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	448		589		492	
<30	301		335		254	
30-50	133		199		193	
>50	14		55		45	
Client advisor e altro personale di negozio	3.309		3.908		4.121	
<30	464		632		643	
30-50	1.812		2.090		2.280	
>50	1.033		1.186		1.198	
Field management	309		324		669	
<30	9		13		37	
30-50	227		244		460	
>50	73		67		172	

	2020	2021	2022
Back office	N. dipendenti	N. dipendenti	N. dipendenti
Totale back office	2.295	2.471	2.303
<30	363	380	415
30-50	1.421	1.569	1.487
>50	511	522	401
Executive	12	13	14
<30	0	0	0
30-50	8	8	8
>50	4	5	6
Director	154	229	207
<30	0	2	0
30-50	125	183	172
>50	29	44	35
Manager	373	411	430
<30	11	9	13
30-50	301	337	354
>50	61	65	63
Professional	1.756	1.818	1.652
<30	352	369	402
30-50	987	1.041	953
>50	417	408	297

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO DI LAVORO, GENERE E AREA GEOGRAFICA AL 31 DICEMBRE

Totale Gruppo (N. dipendenti)	EMEA			AMERICA			APAC			CORPORATE			GRUPPO		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Contratto a tempo indeterminato	7.073	7.111	7.631	839	1.354	1.627	2.007	2.722	2.396	173	247	302	10.092	11.434	11.956
Uomini	1.955	1.937	2.033	233	375	443	560	678	680	107	151	182	2.855	3.141	3.338
Donne	5.118	5.174	5.598	606	979	1.184	1.447	2.044	1.716	66	96	120	7.237	8.293	8.618
Contratto a tempo determinato	984	985	780	1	0	4	188	167	453	0	1	2	1.173	1.153	1.239
Uomini	302	302	277	0	0	2	9	26	48	0	0	1	311	328	328
Donne	682	683	503	1	0	2	179	141	405	0	1	1	862	825	911
Totale dipendenti	8.057	8.096	8.411	840	1.354	1.631	2.195	2.889	2.849	173	248	304	11.265	12.587	13.195

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO, GENERE E AREA GEOGRAFICA AL 31 DICEMBRE

Totale Gruppo (N. dipendenti)	EMEA			AMERICA			APAC			CORPORATE			GRUPPO		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Full-time	5.671	5.420	5.716	766	1.280	1.541	1.616	2.252	2.409	171	245	301	8.224	9.197	9.967
Uomini	1.985	1.892	1.961	231	370	432	494	631	674	106	150	182	2.816	3.043	3.249
Donne	3.686	3.528	3.755	535	910	1.109	1.122	1.621	1.735	65	95	119	5.408	6.154	6.718
Part-time	2.386	2.676	2.695	74	74	90	579	637	440	2	3	3	3.041	3.390	3.228
Uomini	272	347	349	2	5	13	75	73	54	1	2	1	350	426	417
Donne	2.114	2.329	2.346	72	69	77	504	564	386	1	1	2	2.691	2.964	2.811
Totale dipendenti	8.057	8.096	8.411	840	1.354	1.631	2.195	2.889	2.849	173	248	304	11.265	12.587	13.195

INDICI INFORTUNISTICI⁵⁹

Totale Gruppo	2020	2021	2022
Numero di fatalità dovute a incidenti sul lavoro	0	0	0
Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0	0	7
Numero di infortuni sul lavoro totali registrabili	76	139	98
Totale ore lavorate	15.762.658	18.011.703	20.212.017
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0	0	0,3
Tasso di infortuni sul lavoro totali registrabili	4,82	7,72	4,85
Numero di casi di malattie professionali registrati	4	11	10

59 - Maggiori dettagli circa le modalità di calcolo degli indici infortunistici sono presenti nella Nota Metodologica.

60 - Dal 2022 tale indicatore rappresenta il numero di dipendenti che al 31 dicembre risulta essere incluso nel processo di valutazione delle performance dell'anno corrente, e che si concluderà nei primi mesi dell'anno successivo. Si segnala inoltre che l'attuale sistema di valutazione delle performance del personale di negozio (ad esclusione degli Area Manager che sono già inclusi nello stesso processo di valutazione del personale *back office*) è stato dismesso al termine del 2022 in quanto è stato disegnato un nuovo modello di monitoraggio delle performance del personale di negozio che sia maggiormente allineato con le performance di business e con la natura delle loro mansioni.

ORE DI FORMAZIONE TOTALI E PRO-CAPITE EROGATE AI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Totale Gruppo	2020		2021		2022	
	Ore di formazione totali	Ore medie di formazione	Ore di formazione totali	Ore medie di formazione	Ore di formazione totali	Ore medie di formazione
Audioprotesisti (abilitati ai sensi di legge)	104.288	21,3	156.427	32,6	208.615	37,2
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	50.438	112,6	34.480	78,7	20.178	41,0
Client advisor e altro personale di negozio	57.711	17,4	82.748	24,8	86.169	20,9
Field management	5.690	18,4	16.787	28,9	29.344	43,9
Totale field force	218.127	24,3	290.441	31,8	344.306	31,6
Executive	28	2,3	287	19,1	234	16,7
Director	1.481	9,7	4.300	25,4	6.411	31,0
Manager	5.314	14,3	13.070	36,4	11.421	26,6
Professional	22.736	13,0	32.503	21,3	47.437	28,7
Totale back office	29.559	12,9	50.160	24,2	65.503	28,4
Totale dipendenti	247.686	22,0	340.601	30,4	409.809	31,1
Uomini	68.588	21,7	104.754	32,6	118.705	32,4
Donne	179.098	22,1	235.847	29,5	291.104	30,5

PERCENTUALE DI DIPENDENTI INCLUSI NEL PROCESSO DI VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE⁶⁰

Totale Gruppo	2020		2021		2022	
	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
Audioprotesisti (abilitati ai sensi di legge)	4.252	86,7%	4.634	88,8%	4.880	87,0%
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	236	52,7%	357	63,9%	486	98,8%
Client advisor e altro personale di negozio	3.016	91,1%	3.119	88,2%	3.714	90,1%
Field management	274	88,7%	271	87,4%	622	93,0%
Totale field force	7.778	86,7%	8.381	87,1%	9.702	89,1%
Executive	12	100,0%	13	100,0%	13	92,9%
Director	136	89,5%	191	86,8%	190	91,8%
Manager	321	86,3%	353	86,7%	395	91,9%
Professional	1.303	74,5%	1.517	85,9%	1.462	88,5%
Totale back office	1.772	77,6%	2.074	86,2%	2.060	89,4%
Totale dipendenti	9.550	84,9%	10.455	86,9%	11.762	89,1%
Uomini	2.557	81,0%	2.797	83,4%	3.382	92,3%
Donne	6.993	86,4%	7.658	88,3%	8.380	87,9%

DIPENDENTI IN POSIZIONI MANAGERIALI, IN RUOLI LEGATI ALLE VENDITE E IN RUOLI STEM AL 31 DICEMBRE

Totale Gruppo	N. dipendenti (% su totale dipendenti)	Uomini (%)	Donne (%)
Dipendenti che lavorano in posizioni manageriali⁶¹	1.320 (10%)	55,7%	44,3%
Top management	221	71,5%	28,5%
Junior management	1.099	52,5%	47,5%
Dipendenti che lavorano in posizioni legate alle vendite, ai prodotti e servizi⁶²	10.678 (81%)	25,7%	74,3%
Dipendenti che lavorano in ruoli STEM⁶³	6.284 (48%)	33,4%	66,6%

PERCENTUALE DI DIPENDENTI PER NAZIONALITÀ (TOP 10)

Nazionalità (Top 10)	% totale dipendenti	% dipendenti in posizioni manageriali ⁶¹
Spagna	14,9%	12,7%
Germania	14,1%	8,3%
Francia	11,7%	8,0%
Australia	6,8%	5,7%
Stati Uniti d'America	6,3%	8,0%
Italia	6,0%	23,1%
Olanda	4,9%	3,4%
India	4,3%	4,0%
Cina	3,5%	3,2%
Nuova Zelanda	3,1%	2,9%

61 - Le posizioni manageriali includono il top management, che fa riferimento ai ruoli Executive e Director del *back office* (global leadership population), e il junior management, che include i ruoli Manager (*back office*) e Field Management (*field force*).

62 - Le posizioni legate alle vendite, ai prodotti e servizi includono le funzioni marketing, medical e sales, inclusa quindi la *field force*. Si segnala che il perimetro di tale informazione non include Bay Audio (Australia) e i Paesi Cina, Egitto ed Israele.

63 - I ruoli STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics) fanno riferimento alle funzioni in ambito scientifico, tecnologico, ingegneristico e matematico, tra cui le funzioni IT, digital, finance, medical, ecc. di Amplifon.

64 - Maggiori dettagli circa le modalità di calcolo, eventuali stime, nonché per i fattori di conversione e emissione utilizzati sono presenti nella *Nota Metodologica*.

65 - Si segnala che i consumi energetici totali degli anni 2021 e 2022 includono anche i consumi elettrici della flotta auto aziendale e che, a seguito di un miglioramento nel processo di raccolta dei dati, tali consumi sono stati ricostruiti anche per il 2020, e che ammontano a 17,3 MWh-e (62 GJ).

66 - Le emissioni di Scopo 3 per il 2020 considerano la sola categoria 3.6 del GHG Protocol, relativa ai viaggi di lavoro, a differenza di quelle del 2021 e del 2022 che considerano 12 sottocategorie emmissive. Pertanto, le emissioni totali del 2020 non sono confrontabili con quelle del 2021 e 2022.

SFERA AMBIENTALE⁶⁴

CONSUMI DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

Consumi energetici per tipologia	u.m.	SEDI CENTRALI			NEGOZI DIRETTI			GRUPPO		
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Consumi energetici diretti da fonti non rinnovabili	GJ	46.969	63.558	64.605	21.095	19.492	26.980	68.064	83.050	91.585
Gas naturale	GJ	4.843	6.376	4.557	19.898	18.844	26.319	24.741	25.220	30.876
	m ³	122.204	160.543	114.605	502.094	474.485	661.880	624.298	635.028	776.485
Olio combustibile	GJ	109	63	65	1.197	648	661	1.306	711	726
	Litri	2.928	1.687	1.754	32.294	17.487	17.885	35.222	19.174	19.639
Diesel (flotta auto - sole sedi centrali)	GJ	25.981	37.479	38.930	-	-	-	25.981	37.479	38.930
	Litri	678.672	974.979	1.014.642	-	-	-	678.672	974.979	1.014.642
Benzina (flotta auto - sole sedi centrali)	GJ	16.036	19.640	21.053	-	-	-	16.036	19.640	21.053
	Litri	464.208	563.302	603.829	-	-	-	464.208	563.302	603.829
Consumi energetici indiretti	GJ	20.302	22.804	22.895	80.024	89.658	99.768	100.326	112.462	122.663
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	GJ	3.713	6.722	9.371	22.985	25.155	51.760	26.698	31.877	61.131
	MWh-e	1.031	1.867	2.603	6.385	6.987	14.378	7.416	8.855	16.981
Energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili	GJ	12.697	10.949	8.313	56.963	64.308	47.779	69.660	75.257	56.092
	MWh-e	3.527	3.041	2.309	15.823	17.863	13.272	19.350	20.904	15.581
Teleriscaldamento	GJ	3.892	5.037	5.055	76	195	229	3.968	5.232	5.284
	MWh-t	1.081	1.399	1.404	21	54	64	1.102	1.453	1.468
Energia elettrica (flotta auto - sole sedi centrali) ⁶⁵	GJ	-	96	156	-	-	-	-	96	156
	MWh-e	-	27	43	-	-	-	-	27	43
Consumi energetici totali	GJ	67.271	86.362	87.500	101.119	109.150	126.748	168.390	195.512	214.248

EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA

Impronta carbonica complessiva (tonnellate di CO _{2e})	2020	2021	2022
Scopo 1 - Emissioni dirette	4.335	5.231	5.745
Scopo 2 - Emissioni indirette da consumo energetico (Market-based)	6.631	6.613	7.175
Scopo 3 - Emissioni indirette da altre attività a monte e a valle dell'organizzazione ⁶⁶	994	126.507	143.773
Totale	11.960	138.351	156.693

Emissioni dirette - Scopo I (tonnellate di CO _{2e})	2020	2021	2022
1.1 Combustione stazionaria (es. riscaldamento sedi centrali e negozi diretti)	1.353	1.335	1.616
1.2 Combustione mobile (flotta auto aziendale)	2.839	3.741	4.010
1.3 Emissioni fuggitive (gas refrigeranti)	143	155	119
Totale	4.335	5.231	5.745

Emissioni indirette – Scopo 2 (tonnellate di CO_{2e})	2020	2021	2022
Elettricità acquistata per sedi centrali e negozi diretti (Location-based)	8.699	8.108	10.071
Elettricità acquistata per sedi centrali e negozi diretti (Market-based)	6.440	6.327	6.904
Elettricità acquistata per la flotta auto (Location-based)	-	11	19
Elettricità acquistata per la flotta auto (Market-based)	-	13	20
Teleriscaldamento per sedi centrali e negozi diretti	191	273	251
Totale (Location-based)	8.890	8.392	10.341
Totale (Market-based)	6.631	6.613	7.175

Emissioni indirette – Scopo 3 (tonnellate di CO_{2e})⁶⁷	2020	2021⁶⁸	2022
3.1 Acquisto di beni e servizi	-	67.269	78.551
3.2 Acquisto di beni capitali	-	22.781	22.854
3.3 Attività correlate al consumo di combustibili ed energia	-	3.154	3.521
3.4 Logistica (Trasporto e distribuzione upstream)	-	4.283	5.459
3.5 Rifiuti generati	-	189	189
3.6 Viaggi di lavoro	994	2.108	5.583
3.7 Mobilità dei dipendenti (<i>Commuting</i>)	-	14.839	15.584
3.8 Beni in locazione upstream	-	2.292	2.636
3.11 Utilizzo dei prodotti venduti	-	94	66
3.12 Fine vita dei prodotti venduti	-	1.925	2.062
3.14 Franchisee	-	6.478	5.903
3.15 Investimenti	-	1.095	1.365
Totale	994	126.507	143.773

67 - Le sottocategorie emissive di Scopo 3 sono declinate come indicato dal GHG Protocol. Maggiori dettagli e informazioni riguardo le metodologie di calcolo utilizzate per la stima di ciascuna sottocategoria emissiva sono disponibili nella Nota Metodologica.

68 - Contestualmente al calcolo dell'impronta carbonica complessiva del Gruppo per l'anno 2022, si segnala che, rispetto a quanto riportato nel precedente Report di Sostenibilità 2021, per fini comparativi è stata effettuata anche l'integrazione dell'inventario delle emissioni di Scopo 3 per il 2021. Inoltre, si segnala che il dato relativo alle emissioni associate ai viaggi di lavoro del 2021 è stato revisionato includendo anche i taxi ed i pernottamenti in hotel, in linea con quanto fatto per il 2022, oltre che ai viaggi in aereo, treno ed auto a noleggio.

PRINCIPALI VARIAZIONI DELLE EMISSIONI GHG DEL 2022 RISPETTO AL 2021

Categoria emissiva GHG	Variazione	Note
1.1 Combustione stazionaria (es. riscaldamento sedi centrali e negozi diretti)	+21%	Aumento dei consumi di gas per il riscaldamento, dovuto all'aumento dei negozi diretti rispetto al 2021 e alla progressiva riduzione delle restrizioni Covid-19
2 Emissioni da acquisto di energia elettrica (Market-based)	+8%	Aumento dei consumi elettrici, dovuto all'aumento dei negozi diretti rispetto al 2021 e alla progressiva riduzione delle restrizioni Covid-19, nonostante una maggiore quota di energia elettrica rinnovabile rispetto all'anno precedente
3.1 Acquisto di beni e servizi	+17%	Incremento dei dati di speso di alcune categorie di beni e servizi acquistati rispetto al 2021
3.4 Logistica (Trasporto e distribuzione upstream)	+27%	Integrazione della logistica dei kit di pulizia e del packaging dei prodotti Amplifon per l'analisi 2022 (non disponibile per il 2021), e incremento del numero di apparecchi acustici e relativi accessori rispetto al 2021
3.6 Viaggi di lavoro	+165%	Aumento dei viaggi di lavoro, in particolare i viaggi aerei, a seguito della progressiva riduzione delle restrizioni Covid-19, in linea con i valori pre-pandemici
3.14 Franchisee	-9%	Riduzione del numero di negozi in franchising rispetto al 2021 a seguito delle acquisizioni di questi ultimi da parte di Miracle Ear, ora parte del network di negozi diretti

RIFIUTI PRODOTTI E SMALTITI⁶⁹

Rifiuti prodotti per categoria (kg)	2020	2021	2022
Rifiuti pericolosi	20.350	19.147	23.085
Apparecchiature elettriche ed elettroniche	14.617	18.964	15.532
Toner stampanti	103	56	-
Batterie e accumulatori	-	-	7.089
Altri rifiuti	5.630	127	464
di cui riutilizzati o recuperati (%)	-	60%	76%
Rifiuti non pericolosi	275.896	257.396	662.261
Carta	140.849	121.966	354.891
Plastica	20.445	16.209	47.055
Frazione organica	1.162	1.215	810
Apparecchiature elettriche ed elettroniche	1.858	4.425	8.860
Toner stampanti	890	2.631	3.294
Batterie e accumulatori	-	-	1.374
Altri rifiuti	110.692	110.950	245.977
di cui riutilizzati o recuperati (%)	-	30%	43%
Totale	296.246	276.543	685.346
di cui riutilizzati o recuperati (%)	-	32%	44%

69 - I dati relativi ai rifiuti prodotti dalle sedi centrali e dai negozi diretti nel 2022 includono la maggior parte dei Paesi del Gruppo, ove tali dati sono disponibili. Si segnala che i dati relativi al 2020 e 2021 includono solo alcune principali sedi centrali del Gruppo, escludendo i dati dei negozi diretti, disponibili solo a partire dal 2022 a seguito di un miglioramento delle modalità di raccolta dei dati (pertanto, i dati 2022 non sono confrontabili con gli anni precedenti). Per questo motivo, dal 2022 viene rendicontata anche la quantità di batterie e accumulatori raccolti nei negozi diretti, e inoltre è stata migliorata la stima della quantità di frazione organica prodotta dalle sedi centrali anche per gli anni precedenti.

TASSONOMIA EUROPEA

Considerando che il modello di business di Amplifon è basato sul *retail* e sull'offerta di servizi per la cura dell'udito, come maggiormente esplicitato nella Nota Metodologica del presente Report, si segnala che non sono state identificate attività di business (primarie o secondarie) materialmente rilevanti che possano reputarsi "eligibili" e/o "allineate" rispetto ai primi due obiettivi della Tassonomia Europea (mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ai cambiamenti climatici). Pertanto, non si segnalano quote materiali di fatturato, spese operative e spese in conto capitale allineate ai primi due obiettivi della Tassonomia.

PROSPETTO DELLA QUOTA DEL FATTURATO DERIVANTE DA PRODOTTI O SERVIZI ASSOCIATI AD ATTIVITÀ ECONOMICHE ALLINEATE ALLA TASSONOMIA EUROPEA - INFORMATIVA RELATIVA ALL'ANNO 2022

Attività economiche ⁽¹⁾	CRITERI PER IL CONTRIBUTO SOSTAZIONALE								
	Codice/1 ⁽²⁾	Fatturato assoluto ⁽³⁾	Quota del fatturato ⁽⁴⁾	Mitigazione dei cambiamenti climatici ⁽⁵⁾	Adattamento ai cambiamenti climatici ⁽⁶⁾	Acque e risorse marine ⁽⁷⁾	Economia circolare ⁽⁸⁾	Inquinamento ⁽⁹⁾	Biodiversità ed ecosistemi ⁽¹⁰⁾
		MIGLIAIA DI EURO	%	%	%	%	%	%	%
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA									
A.1 Attività ecosostenibili (allineati alla tassonomia)									
Fatturato delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)									
A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)									
Fatturato delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)									
TOTALE (A.1 + A.2)		0	0%						
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA									
Fatturato* delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)		2.119.126	100%						
TOTALE (A + B)		2.119.126	100%						

*Il valore del fatturato corrisponde alla voce Ricavi delle vendite e delle prestazioni presenti nel Conto Economico Consolidato nell'Annual Report 22.

PROSPETTO DELLA QUOTA DELLE SPESE IN CONTO CAPITALE DERIVANTI DA PRODOTTI O SERVIZI ASSOCIATI AD ATTIVITÀ ECONOMICHE ALLINEATE ALLA TASSONOMIA – INFORMATIVA RELATIVA ALL'ANNO 2022

Attività economiche ⁽¹⁾	Codice/1 ⁽²⁾	Spese in conto capitale assolute ⁽³⁾	Quota di spese in conto capitale ⁽⁴⁾	CRITERI PER IL CONTRIBUTO SOSTAZIONALE					
				Mitigazione dei cambiamenti climatici ⁽⁵⁾	Adattamento ai cambiamenti climatici ⁽⁶⁾	Acque e risorse marine ⁽⁷⁾	Economia circolare ⁽⁸⁾	Inquinamento ⁽⁹⁾	Biodiversità ed ecosistemi ⁽¹⁰⁾
		MIGLIAIA DI EURO	%	%	%	%	%	%	%
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA									
A.1 Attività ecosostenibili (allineati alla tassonomia)									
Spese in conto capitale delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)									
A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)									
Spese in conto capitale delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)									
TOTALE (A.1 + A.2)		0	0%						
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA									
Spese in conto capitale* delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)		144.735	100%						
TOTALE (A + B)		144.735	100%						

*Il valore delle Spese in conto capitale corrisponde alle variazioni degli investimenti di immobilizzazioni materiali e immateriali, compresi quelli derivanti da aggregazioni aziendali, come riportato nelle note esplicative 4 "Immobilizzazioni materiali" e 5 "Immobilizzazioni immateriali" dell'Annual Report 22.

CRITERI PER "NON ARRECARRE UN DANNO SIGNIFICATIVO"										
Mitigazione dei cambiamenti climatici ⁽¹⁾	Adattamento ai cambiamenti climatici ⁽²⁾	Acque e risorse marine ⁽³⁾	Economia circolare ⁽⁴⁾	Inquinamento ⁽⁵⁾	Biodiversità ed ecosistemi ⁽⁶⁾	Garanzie minime di salvaguardia ⁽⁷⁾	Quota di spese in conto capitale allineate alla tassonomia, Anno N ⁽⁸⁾	Quota di spese in conto capitale allineate alla tassonomia, Anno N-1 ⁽⁹⁾	Categoria (attività abilitante) ⁽²⁰⁾	Categoria (attività di transizione) ⁽²¹⁾
S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	PERCENTUALE	PERCENTUALE	A	T

PROSPETTO DELLA QUOTA DELLE SPESE OPERATIVE DERIVANTI DA PRODOTTI O SERVIZI ASSOCIATI AD ATTIVITÀ ECONOMICHE ALLINEATE ALLA TASSONOMIA – INFORMATIVA RELATIVA ALL'ANNO 2022

Attività economiche ⁽¹⁾	Codice/1 ⁽²⁾	Spese operative assolute ⁽³⁾	Quota di spese operative ⁽⁴⁾	CRITERI PER IL CONTRIBUTO SOSTAZIONALE					
				Mitigazione dei cambiamenti climatici ⁽⁵⁾	Adattamento ai cambiamenti climatici ⁽⁶⁾	Acque e risorse marine ⁽⁷⁾	Economia circolare ⁽⁸⁾	Inquinamento ⁽⁹⁾	Biodiversità ed ecosistemi ⁽¹⁰⁾
		MIGLIAIA DI EURO	%	%	%	%	%	%	%
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA									
A.1 Attività ecosostenibili (allineati alla tassonomia)									
Spese operative delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)									
A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)									
Spese operative delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)									
TOTALE (A.1 + A.2)		0	0%						
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA									
Spese operative* delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)		41.168	100%						
TOTALE (A + B)		41.168	100%						

*Il valore delle Spese operative include le spese relative a riparazioni e manutenzioni, affitti a breve termine, qualsiasi altra spesa diretta connessa alla manutenzione quotidiana di immobili locati e attrezzature di negozio e altri costi e servizi miscellanei.

NOTA METODOLOGICA

Il presente Report di Sostenibilità (o “Report”) costituisce la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (o “Dichiarazione non Finanziaria”) di Amplifon redatta in conformità agli artt. 3 e 4 del Decreto Legislativo n. 254 del 30 dicembre 2016 (“D.lgs. 254/2016” o il “Decreto”) e successive modifiche o integrazioni di attuazione della Direttiva 2014/95/UE. Il Gruppo costituito da Amplifon S.p.A. (o “Capogruppo”) e dalle sue società controllate (nel complesso “Amplifon”, “Gruppo” o “Società”) ricade nell’ambito di applicazione del Decreto e pertanto, all’interno del presente documento, sono presentate le principali politiche praticate dall’impresa, i modelli di gestione, le principali attività svolte e i risultati conseguiti dal Gruppo nel corso del 2022 relativamente ai temi espressamente richiamati dal Decreto (ambientali, sociali, attinenti al personale, relativi alla lotta contro la corruzione attiva e passiva e al rispetto dei diritti umani), nonché i principali rischi identificati connessi ai suddetti temi.

I contenuti oggetto di rendicontazione sono stati predisposti a partire dai risultati dell’analisi di materialità realizzata nel corso del 2022 e validata dal Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità e dal Consiglio di Amministrazione a dicembre 2022, che ha permesso di individuare i principali temi ESG valutati come materiali sia per il Gruppo che per i suoi stakeholder. La definizione dei contenuti del Report e dei relativi indicatori oggetto di rendicontazione si è basata sulla matrice di materialità e le attività di coinvolgimento degli stakeholder del Gruppo. Con riferimento alla qualità delle informazioni e degli indicatori rendicontati, sono stati seguiti i principi di accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, completezza, contesto di sostenibilità, tempestività e verificabilità. Ogni tema materiale è ricondotto ad una specifica area di impegno in ambito di sostenibilità definita dalla Policy di Sostenibilità del Gruppo in modo da facilitare la comprensione dei progressi realizzati da Amplifon in ognuna delle quattro aree di impegno.

Rispetto ai temi espressamente richiamati dal D.lgs. 254/2016, e in relazione ai risultati dell’analisi di materialità, si segnala che:

- Gli aspetti inerenti al rispetto dei diritti umani sono declinati dal Gruppo nella gestione etica e responsabile dei rapporti con i propri dipendenti e collaboratori e con i propri fornitori, nel rispetto dei principi e valori richiamati dal Codice Etico e dalla Policy di Sostenibilità del Gruppo, in piena osservanza della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e delle Convenzioni dell’Organizzazione Internazionale del Lavoro sui diritti umani fondamentali, nonché in linea con i Principi del UN Global Compact;
- In considerazione dello specifico modello di business e della mancanza di qualsiasi tipo di attività produttiva, le attività di Amplifon non comportano significativi consumi idrici, e pertanto la tematica “Gestione delle risorse idriche” non è risultata materiale. Tuttavia, in ottica di trasparenza verso gli stakeholder, il presente Report include una stima dei consumi idrici del Gruppo elaborata sulla base dei dati di un campione significativo di uffici e negozi diretti e riproporzionati sul numero totale di dipendenti;
- Il tema “Gestione dei rifiuti e economia circolare” viene trattato in termini di impegno del Gruppo nella riduzione dei rifiuti e nel loro riutilizzo, rendicontando altresì una stima della quantità di rifiuti prodotti da uffici e negozi diretti, se pur poco significativi alla luce del modello di business di Amplifon;
- Gli aspetti relativi al tema “Efficienza energetica e azioni per il clima” sono declinati da Amplifon negli sforzi del Gruppo per una maggiore efficienza energetica nelle proprie attività di business, nonché rendicontando le principali emissioni di gas a effetto serra

prodotte dal Gruppo lungo la catena del valore. Si segnala inoltre che Amplifon, così come emerso dalle analisi svolte durante l'esercizio di rendicontazione secondo le raccomandazioni della Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) e in considerazione delle sue attività e del suo modello di business, non presenta esposizioni rilevanti ai rischi ambientali in particolare connessi al *climate change*:

- La tematica relativa alle imposte, compresa nel tema "Conduzione etica e responsabile del business", viene trattata fornendo una descrizione qualitativa della strategia fiscale di Amplifon.

La Dichiarazione non Finanziaria 2022 è stata redatta in conformità agli standard di rendicontazione "GRI Sustainability Reporting Standards" pubblicati dal GRI (Global Reporting Initiative), secondo l'opzione "in accordance". Si segnala inoltre che Amplifon, al momento della pubblicazione del presente documento, ha adottato le versioni più aggiornate disponibili dei GRI Universal Standard, GRI Standards 306 (Rifiuti) e GRI Standards 403 (Salute e sicurezza sul lavoro), pubblicati rispettivamente nel 2021, 2020 e 2018. In appendice al documento è presente la tabella dei GRI Standards che funge da bussola per i lettori ([Indice dei contenuti GRI](#)).

Coerentemente con una delle due opzioni previste dall'art. 5 del Decreto, la presente Dichiarazione non Finanziaria costituisce una relazione distinta. Tuttavia, come richiamato nel testo del presente documento tramite specifiche note, maggiori dettagli relativi ad alcune politiche, modelli di gestione e principali rischi identificati, sono presenti anche nella Relazione sulla Gestione al 31 dicembre 2022 dell'[Annual Report 2022](#), nella [Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 dicembre 2022](#), e nella [Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui compensi corrisposti 2023](#).

La periodicità della pubblicazione della Dichiarazione Non Finanziaria è impostata secondo una frequenza annuale. La Dichiarazione Non Finanziaria è disponibile anche sul sito web corporate del Gruppo nella sezione Sostenibilità.

■ UN GLOBAL COMPACT

In quanto firmatari del Global Compact delle Nazioni Unite (UN Global Compact), il presente Report di Sostenibilità include le attività svolte e i progressi compiuti da Amplifon nel rispetto, applicazione e promozione dei Dieci Principi del Global Compact relativamente al rispetto dei diritti umani e del lavoro, alla tutela ambientale e alla lotta alla corruzione. In appendice al documento è presente una tabella di correlazione tra i contenuti del presente Report e i Dieci Principi del UN Global Compact ([Indice dei contenuti dei principi del UN Global Compact](#)).

■ TASSONOMIA EUROPEA

Con l'obiettivo di riorientare i flussi di capitali e dare impulso a una crescita sostenibile e inclusiva, il Regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento europeo e del Consiglio ("il Regolamento sulla Tassonomia EU") fornisce a imprese e investitori criteri uniformi per la classificazione delle attività economiche c.d. "ecosostenibili", ovvero in grado di contribuire in modo sostanziale agli obiettivi ambientali dell'UE di cui all'art. 9 del Regolamento. L'art. 8 dello stesso impone alle imprese soggette alla Direttiva sulla comunicazione di informa-

zioni di carattere non finanziario di comunicare come, e in che misura, le proprie attività sono associate ad attività economiche ecosostenibili, indicando nello specifico la quota del fatturato, delle spese in conto capitale e delle spese operative associate ad attività contemplate dalla Tassonomia EU, ovvero “eligibili” secondo le condizioni di ecosostenibilità delle attività economiche⁷⁰ indicate dalla Commissione e “allineate” ai criteri di vaglio tecnico fissati dalla stessa.

In accordo all’art. 8 del Regolamento e dei relativi atti delegati, Amplifon ha intrapreso un esercizio di valutazione circa l’eligibilità e l’allineamento delle proprie attività di business alla Tassonomia EU. Sulla base delle condizioni del Regolamento, dei criteri di vaglio tecnico fissati dalla Commissione e dei settori inclusi negli Allegati dell’atto delegato relativo ai primi due obiettivi della Tassonomia EU (mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ai cambiamenti climatici), e considerando che il *business model* di Amplifon è basato sul retail e sull’offerta di servizi per la cura dell’udito, si segnala che anche per il 2022 non sono emerse attività di business (primarie o secondarie) materialmente rilevanti che possano reputarsi “eligibili” e/o “allineate” rispetto alle condizioni del Regolamento relativamente ai primi due obiettivi dello stesso. Pertanto, così come indicato nei relativi prospetti inclusi nella sezione “Indicatori di performance”, non si segnalano quote materiali di fatturato, spese operative e spese in conto capitale allineate ai primi due obiettivi della Tassonomia EU⁷¹. Ciononostante, Amplifon si impegna a monitorare attivamente i futuri sviluppi in tale ambito con particolare riferimento agli atti delegati e ai relativi criteri di vaglio tecnico che saranno pubblicati per gli altri quattro obiettivi.

■ AMBITO DI RENDICONTAZIONE

Nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell’attività dell’impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto dalla stessa prodotta rispetto ai principali temi non finanziari, il presente documento descrive le iniziative e i principali risultati in termini di performance di sostenibilità raggiunti durante l’esercizio 2022 (periodo di rendicontazione: dal 1° gennaio 2022 al 31 dicembre 2022). Se disponibili, ai fini comparativi e per consentire una valutazione sull’andamento dinamico delle attività, nella sezione “Indicatori di performance” dell’Appendice sono riportati anche i dati relativi ai due esercizi precedenti. Laddove rilevanti, sono altresì incluse informazioni relative ad iniziative intraprese negli anni precedenti che trovano applicazione nel 2022, nonché gli eventi di particolare interesse del 2023 già noti alla data di ultimazione della presente Dichiarazione non Finanziaria.

Il perimetro di rendicontazione dei dati economici e delle informazioni non finanziarie risulta essere lo stesso del Bilancio Consolidato, composto quindi dalla Capogruppo e dalle società facenti parte del Gruppo Amplifon al 31 dicembre 2022 consolidate con il metodo integrale all’interno del Bilancio Consolidato 2022 di Gruppo. Tuttavia, pur garantendo la corretta comprensione dell’attività dell’impresa, si segnala che:

- Amplifon Cell (Malta), Amplifon Rete (Italia), Otohub Australasia Pty Ltd (Australia) ed Otohub Unit Trust (Australia) non sono incluse nel perimetro di rendicontazione in quanto società in liquidazione, non operative o a cui non sono associati né dipendenti né strutture quali uffici o punti vendita;
- In continuità con i precedenti reporting, il perimetro delle informazioni e dei dati relativi ai consumi energetici, emissioni di gas a effetto serra di Scopo 1 e 2, rifiuti, e acqua include

70 - Le condizioni di ecosostenibilità delle attività economiche includono: 1) contribuire in modo sostanziale al raggiungimento di uno o più dei sei obiettivi ambientali di cui all’art. 9 del Regolamento; 2) non arrecare un danno significativo a nessuno degli obiettivi in conformità all’art. 17 del medesimo; 3) essere svolta nel rispetto delle garanzie sociali minime di salvaguardia previste dall’art. 18; 4) essere conforme ai criteri di vaglio tecnico fissati dalla Commissione mediante atti delegati.

71 - Con riferimento all’informativa ai sensi dell’art. 8, paragrafi 6 e 7 del Regolamento delegato (UE) 2021/2178, che prevede l’utilizzo dei modelli forniti nell’Allegato XII per la comunicazione delle attività legate al nucleare e ai gas fossili, si precisa che sono stati omessi tutti i modelli in quanto non sono rappresentativi delle attività della Società.

solo le sedi, gli uffici e i negozi diretti del Gruppo, con l'esclusione dei negozi non gestiti direttamente da Amplifon. Inoltre, anche per il 2022 non è compresa nel perimetro di tali dati la società Amplifon Middle East SAE (Egitto), caratterizzata da dimensioni tali da non impattare la comprensione degli impatti ambientali di Amplifon.

- Relativamente al calcolo delle emissioni indirette di Scopo 3, i dati di matrice non ambientale utili all'inventario delle emissioni indirette (es. beni e servizi acquistati, logistica, ecc.) coprono l'intero perimetro del Gruppo e le attività a monte e a valle della catena del valore (es. franchisee, investimenti, ecc.).

In conformità allo standard di rendicontazione utilizzato e a quanto previsto dal D.lgs. 254/16, queste ed eventuali altre limitazioni minori di perimetro sono espressamente indicate nel documento, in corrispondenza delle tabelle numeriche e nell'[Indice dei contenuti GRI](#). L'assetto proprietario non ha registrato cambiamenti rilevanti nel periodo di rendicontazione. In merito al perimetro si segnala che nel corso del 2022 è stata data attuazione al progetto di fusione per incorporazione della controllata Otohub s.r.l. in Amplifon S.p.A.. Per ogni ulteriore informazione relativa alle variazioni sul perimetro e sull'assetto proprietario del Gruppo avvenute nel corso dell'anno si rimanda a quanto comunicato nella Relazione sulla Gestione al 31 dicembre 2022 dell'[Annual Report 2022](#) e nella [Relazione sul Governo Societario e Assetti Proprietari al 31 dicembre 2022](#).

■ PROCESSO DI RENDICONTAZIONE E CRITERI DI CALCOLO

La definizione dei contenuti della Dichiarazione non Finanziaria 2022 ha coinvolto le principali funzioni aziendali, che hanno lavorato in stretta collaborazione e con il coordinamento del team Investor Relations & Sustainability. Gli indicatori di performance sono stati selezionati sulla base dell'analisi di materialità e raccolti su base annuale secondo un processo di raccolta, aggregazione e trasmissione dei dati e delle informazioni a livello di Gruppo, tracciato all'interno di uno specifico Manuale di reporting non finanziario volto a normare il processo di raccolta e validazioni dei dati, e gestito tramite piattaforme informatiche dedicate alla raccolta e al consolidamento dei dati non finanziari. Ai fini di una corretta rappresentazione delle performance e di garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e opportunamente segnalate.

Per quanto concerne i criteri di calcolo:

- per i dati ambientali, qualora non disponibili, sono stati utilizzati approcci di stima conservativi. In particolare, per quanto riguarda i consumi energetici dei negozi diretti, nei casi in cui i dati non siano risultati disponibili alla data di chiusura del documento, si sono effettuate delle stime sulla base dei consumi medi degli altri negozi dello stesso paese pesati, ove possibile, in proporzione alla superficie dei negozi interessati;
- i dati relativi all'energia elettrica da fonti rinnovabili includono l'energia autoprodotta da fonti rinnovabili, qualora presente, e l'energia acquistata dalla rete e certificata come proveniente da fonti rinnovabili secondo gli strumenti previsti dai diversi contesti normativi;
- le emissioni sono state calcolate in termini di CO₂ equivalente tramite le seguenti assunzioni e fattori di emissione:
 - Emissioni dirette Scopo 1: per il riscaldamento, per le emissioni relative ai gas refrigeranti dei sistemi di condizionamento e per la flotta auto aziendale sono stati utilizzati i fattori di emissione ricavati dal database di UK Department for Environment, Food & Rural Affairs (Defra) per gli anni 2020, 2021 e 2022.
 - Emissioni indirette Scopo 2: in relazione all'energia elettrica acquistata dalla rete

nazionale, per l'approccio Location-based sono stati utilizzati i fattori di emissione relativi ai diversi Paesi in cui opera Amplifon, elaborati dall' IEA (*International Energy Agency*) per il 2020, 2021 e 2022. Per quanto riguarda invece l'approccio Market-based, sono stati utilizzati i fattori Residual Mix pubblicati dall'Association of Issuing Bodies (AIB) per i Paesi europei, mentre per gli altri Paesi sono stati utilizzati i fattori pubblicati dal Center for Resource Solutions ("Green-e Energy Residual Mix Emissions Rates" e il relativo aggiornamento per gli anni 2020, 2021 e 2022), dall'IEA (*International Energy Agency*) e dall'Institute for Global Environmental Strategies (IGES), nell'ultima versione disponibile. Per il calcolo delle emissioni da teleriscaldamento, infine, è stato utilizzato il fattore di emissione elaborato da Defra.

- Emissioni indirette Scopo 3.1, 3.2, 3.12: per le emissioni relative all'acquisto di beni e servizi (3.1), all'acquisto di beni capitali (3.2) e al fine vita dei prodotti venduti (3.12), si è utilizzato un approccio ibrido, facendo uso sia di dati primari (o di attività) sia di dati di speso, sulla base delle informazioni disponibili. Con particolare riferimento all'acquisto dei dispositivi acustici e dei relativi accessori, sono stati utilizzati dati primari. Per i dati di attività si sono applicati i fattori di emissione più recenti, per bene/servizio, pubblicati da Ecoinvent, BEIS (*UK Government*), EPA (*U.S. Environmental Protection Agency*) e specifici fattori di emissione di prodotto laddove possibile (es. per alcuni dispositivi IT). Qualora non fossero disponibili informazioni sui pesi di determinate apparecchiature, si sono assunti pesi disponibili da letteratura, scegliendo il dato più conservativo tra quelli disponibili. Per i dati di speso si sono utilizzati i fattori di emissione CEDA 6 (*Comprehensive Environmental Data Archive*) disponibili per ciascuna categoria. In alcuni casi, i dati di speso per attività di consulenza (sia Capex che Opex) sono stati associati a fattori di emissione disponibili in letteratura.
- Emissioni indirette Scopo 3.3: per le emissioni derivanti da attività correlate al consumo di combustibili ed energia, sono stati utilizzati gli stessi dati primari impiegati per il calcolo delle emissioni Scopo 1 e 2, nonché i fattori di emissione più recenti pubblicati da Ecoinvent, IEA (*International Energy Agency*), BEIS (*UK Government*) e ADEME (agenzia per la transizione ecologica francese).
- Emissioni indirette Scopo 3.4: le emissioni relative alla logistica upstream dei prodotti acquistati dal Gruppo (es. apparecchi acustici e relativi accessori), sono state stimate utilizzando i dati primari e i tragitti sia dal punto di origine (magazzino del fornitore diretto) ai magazzini Amplifon, sia dai magazzini ai punti vendita. Le distanze sono state assunte e calcolate considerando latitudine e longitudine dei suddetti luoghi, mentre le modalità di trasporto sono state identificate in base alle specifiche casistiche e alle informazioni disponibili. Inoltre, sono stati utilizzati i fattori di emissione più recenti pubblicati da BEIS (*UK Government*), che si basano sulle tonnellate trasportate al chilometro.
- Emissioni indirette Scopo 3.5: le emissioni associate ai rifiuti generati sono state calcolate utilizzando dati primari e i fattori di emissione più recenti pubblicati da BEIS (*UK Government*) e ADEME (agenzia per la transizione ecologica francese), che variano a seconda della tipologia di rifiuto e del suo smaltimento. In caso di dati mancanti relativi ai rifiuti prodotti da alcune sedi e/o alcuni negozi diretti, le relative emissioni associate sono state stimate utilizzando la superficie nel caso dei negozi, o delle medie regionali nel caso degli uffici.
- Emissioni indirette Scopo 3.6: per le emissioni relative ai viaggi di lavoro sono stati utilizzati i fattori di emissione più recenti pubblicati da BEIS (*UK Government*) e CEDA (*Comprehensive Environmental Data Archive*).
- Emissioni indirette Scopo 3.7: le emissioni relative alla mobilità dei dipendenti (*commuting*) sono state stimate utilizzando i dati primari ottenuti attraverso un sondaggio sulla mobilità condotto su un campione significativo di dipendenti in diversi

Paesi chiave in cui il Gruppo opera. Le emissioni risultanti sono state successivamente proiettate sul numero totale di dipendenti. Per il calcolo delle emissioni sono stati utilizzati i fattori di emissione più recenti pubblicati da BEIS (*UK Government*), ADEME (agenzia per la transizione ecologica francese) e per i trasporti elettrici (e-bike e treni) fattori di emissione da fonti nazionali.

- Emissioni indirette Scopo 3.8 e 3.14: le emissioni associate ai beni in locazione upstream (negozi indiretti di autogestori - ATG, *shop-in-shop & corner*) e ai *franchisee* sono state calcolate con un modello ibrido. Per stimare le emissioni degli ATG, i consumi energetici medi per metro quadro dei negozi diretti in Italia è stato moltiplicato per la superficie totale degli ATG, utilizzando poi i fattori di emissione pubblicati da BEIS (*UK Government*) per il gas naturale e AIB (*Association of Issuing Bodies*) per il consumo di energia elettrica. Un approccio analogo è stato utilizzato per i *franchisee*, dove però è stato utilizzato il consumo medio di gas ed elettricità per metro quadro dei negozi diretti a livello globale. Si è applicato lo stesso fattore di emissione BEIS per il gas naturale, mentre il fattore di emissione associato al consumo elettrico degli USA è stato estratto dal database EPA (*U.S. Environmental Protection Agency*). Le emissioni di *shop-in-shop & corner*, invece, sono state stimate utilizzando i dati relativi alla spesa per l'affitto di tali spazi, moltiplicati poi per il relativo fattore di emissione CEDA (*Comprehensive Environmental Data Archive*).
 - Emissioni indirette Scopo 3.11: le emissioni relative all'utilizzo dei prodotti venduti sono state stimate utilizzando sia dati primari (ad es. il consumo medio di un apparecchio acustico, ricaricabile e non, durante il suo ciclo di vita) sia dati di letteratura (es. consumo medio delle batterie, numero medio di batterie consumate da un apparecchio acustico durante il suo ciclo di vita, ecc.). Per i dispositivi acustici non ricaricabili, il consumo elettrico stimato delle relative batterie è stato poi moltiplicato per un fattore di emissione medio calcolato sulla base dei fattori di emissione delle reti elettriche (approccio Market-based) dei paesi nei quali si ripartiscono le vendite degli apparecchi acustici. Le fonti di questi fattori di emissione variano da paese a paese e sono le stesse utilizzate per i fattori di emissione delle emissioni dirette Scopo 2, principalmente Ecoinvent, IEA (*International Energy Agency*), AIB (*Association of Issuing Bodies*). Per gli apparecchi acustici ricaricabili, il consumo elettrico di ciascuna tipologia di batteria ricaricabile è stato moltiplicato per un fattore di emissione medio, calcolato con lo stesso approccio usato per gli apparecchi acustici non ricaricabili.
 - Emissioni indirette Scopo 3.15: le emissioni derivanti dagli investimenti sono state stimate utilizzando un modello *spend-based*, utilizzando i più recenti fattori di emissione di settore pubblicati da CEDA (*Comprehensive Environmental Data Archive*).
 - Emissioni indirette Scopo 3.9, 3.10, 3.13: la sottocategoria emissiva relativa alla logistica *downstream* (3.9) è stata considerata non significativa, anche alla luce dell'impossibilità da parte del Gruppo di influenzarne la riduzione, mentre le rimanenti categorie (processazione dei prodotti venduti - 3.10, e beni in locazione *downstream* - 3.13) sono state considerate non applicabili dato il modello di business di Amplifon.
- per il calcolo del peso totale dei rifiuti pericolosi si sono presi in considerazione le normative di riferimento dei singoli Paesi. Per quanto riguarda invece i rifiuti non pericolosi, si tratta di rifiuti tipicamente derivanti dalle attività di ufficio svolte nelle sedi centrali.
 - gli indici relativi alla salute e sicurezza, ossia il tasso di infortuni sul lavoro totali registrabili e con gravi conseguenze, fanno riferimento ai soli dipendenti e sono stati calcolati in accordo con quanto previsto dai GRI *Sustainability Reporting Standards*, ovvero come rapporto del numero di infortuni e delle ore lavorate, utilizzando come moltiplicatore 1.000.000.

■ APPROVAZIONE E ASSURANCE

La presente Dichiarazione è stata sottoposta alla valutazione del Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità il 23 febbraio 2023 e successivamente approvata dal Consiglio di Amministrazione di Amplifon S.p.A. in data 1° marzo 2013.

La presente Dichiarazione è stata sottoposta a giudizio di conformità (“limited assurance engagement” secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte KPMG S.p.A. che esprime con apposita relazione distinta un’attestazione circa la conformità delle informazioni fornite ai sensi dell’art.3, comma 10, del D.Lgs. 254/2016. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella “Relazione della Società di Revisione Indipendente” presente in Appendice al presente documento.

■ CONTATTI

Per ogni informazione relativo al Report di Sostenibilità di Amplifon fare riferimento ai seguenti contatti:

Amplifon S.p.A.

Sede legale: Via Ripamonti 133, 20141 Milano (Italia)

E-mail: ir@amplifon.com



INDICE DEI CONTENUTI GRI

La seguente tabella presenta una riconciliazione tra i temi materiali di Amplifon, i GRI Standards rendicontati nel presente documento e gli ambiti richiamati dal D.lgs. 264/2016. Sono altresì riportati i soggetti che possono generare un impatto rispetto ad ogni tema, sia internamente che esternamente al Gruppo (Perimetro dei temi materiali), nonché eventuali limitazioni di perimetro nella rendicontazione dei temi, pur non compromettendo la rappresentatività della disclosure rispetto a quanto richiesto dal D.lgs. 254/2016.

Temi Materiali	GRI Standards	Ambiti D.Lgs. 254/2016
Resilienza e redditività nel lungo termine	GRI 201 Performance economiche (2016)	-
Approccio strategico e governance della sostenibilità	-	-
Disponibilità e accessibilità alla cura dell'udito	-	Aspetti sociali
Innovazione, digitalizzazione e personalizzazione della customer experience	-	-
Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti e servizi	GRI 416 Salute e sicurezza dei clienti (2016)	Aspetti sociali
Cybersecurity e privacy dei dati	GRI 418 Privacy dei clienti (2016)	Aspetti sociali
Pratiche di marketing e vendita responsabili	GRI 417 Marketing ed etichettatura (2016)	Aspetti sociali
Attrazione e sviluppo delle risorse chiave	GRI 404 Formazione e istruzione (2016)	Gestione del personale
Salute e sicurezza dei dipendenti	GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	Gestione del personale
Diversità, equità e inclusione	GRI 405 Diversità e pari opportunità (2016)	Gestione del personale e rispetto dei diritti umani
Benessere e coinvolgimento delle persone	GRI 401 Occupazione (2016)	Gestione del personale
Sensibilizzazione ed educazione al benessere uditivo	-	Aspetti sociali
Supporto alle comunità locali	-	Aspetti sociali
Contesto regolatorio	GRI 415 Politica pubblica (2016)	
Conduzione etica e responsabile del business	GRI 205 Anticorruzione (2016)	Lotta alla corruzione
	GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale (2016)	Aspetti sociali
Gestione dei rifiuti e economia circolare	GRI 306 Rifiuti (2020)	Aspetti ambientali
	GRI 302 Energia (2016)	Aspetti ambientali
Efficienza energetica e azioni per il clima	GRI 305 Emissioni (2016)	Aspetti ambientali
Gestione responsabile della catena di fornitura	-	Aspetti ambientali, sociali e rispetto dei diritti umani

PERIMETRO DEI TEMI MATERIALI		LIMITAZIONI DI PERIMETRO	
Interno	Esterno	Interno	Esterno ⁷²
Gruppo	-	-	-
Gruppo	-	-	-
Gruppo	-	-	-
Gruppo	-	-	-
Gruppo	Produttori di apparecchi acustici; franchisee; corporate shop su commissione	-	Copertura parziale per produttori
Gruppo	-	-	-
Gruppo	Produttori di apparecchi acustici; franchisee; corporate shop su commissione	-	Copertura parziale per produttori di apparecchi acustici
Gruppo	Franchisee; corporate shop su commissione	-	Nessuna copertura per i franchisee
Gruppo	Franchisee; corporate shop su commissione	-	Nessuna copertura per i collaboratori non dipendenti
Gruppo	Franchisee; corporate shop su commissione	-	Nessuna copertura per i franchisee
Gruppo	Franchisee; corporate shop su commissione	-	Nessuna copertura per i franchisee
Gruppo	-	-	-
Gruppo	-	-	-
Gruppo	-	-	-
Gruppo	-	-	-
Gruppo	-	-	-
Gruppo	Produttori di apparecchi acustici; franchisee; corporate shop su commissione	Amplifon Middle East SAE (Egitto) esclusa dalla rendicontazione	Nessuna copertura per i produttori di apparecchi e per i negozi non gestiti direttamente da Amplifon
Gruppo	Produttori di apparecchi acustici; franchisee; corporate shop su commissione	Amplifon Middle East SAE (Egitto) esclusa dalla rendicontazione	Nessuna copertura per i produttori di apparecchi e per i negozi non gestiti direttamente da Amplifon
Gruppo	Produttori di apparecchi acustici; franchisee; corporate shop su commissione	Amplifon Middle East SAE (Egitto) esclusa dalla rendicontazione	
Gruppo	Produttori di apparecchi acustici		

72 - Le limitazioni alla rendicontazione dei temi materiali rispetto al perimetro esterno sono dovute a limiti di accesso alle informazioni di terzi.

Nella seguente tabella sono riportati i GRI Standards rendicontati nel presente documento e le relative Disclosure. Ogni Disclosure è provvista del riferimento alla sezione del Report in cui può essere trovata, o ad altre fonti disponibili pubblicamente a cui fare riferimento.

Dichiarazione d'uso	Amplifon ha presentato una rendicontazione in conformità agli Standard GRI per il periodo 1° gennaio 2022- 31 dicembre 2022
Utilizzo del GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Sector Standard GRI pertinenti	Non vi sono indicatori GRI Sector pertinenti al settore di business di Amplifon

Informativa	Riferimento	Note/Omissioni
GRI 2: Informativa generale		
L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione		
2-1: Dettagli organizzativi	p. 23; 44; 174; 180	
2-2: Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	p. 176; 177	
2-3: Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	p. 175; 176; 180; terza di copertina	
2-4: Revisione delle informazioni	p. 166; 167	
2-5: Assurance esterna	p. 180; 191-194	
Attività e lavoratori		
2-6: Attività, catena del valore e altri rapporti di business	p. 23; 24; 26; 27; 49; 122	
2-7: Dipendenti	p. 68; 69; 158-162	Si segnala che non sono presenti dipendenti a orario non garantito
2-8: Lavoratori non dipendenti	p. 68	
Governance		
2-9: Struttura e composizione della governance	p. 28-30; 152-155	
2-10: Nomina e selezione del massimo organo di governo	Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 Dicembre 2022, sezione 4 "Consiglio di Amministrazione"	
2-11: Presidente del massimo organo di governo	p. 152; 153	
2-12: Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 Dicembre 2022, sezione 4 "Consiglio di Amministrazione"	
2-13: Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	p. 30; Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 Dicembre 2022, sezione 4 "Consiglio di Amministrazione"	
2-14: Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	p. 30; Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 Dicembre 2022, sezione 4 "Consiglio di Amministrazione"	
2-15: Conflitti di interesse	Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 Dicembre 2022, sezione 4 "Consiglio di Amministrazione"	
2-16: Comunicazione delle criticità	Nessuna criticità è stata comunicata al C.d.A. nel corso del 2022.	
2-17: Conoscenze collettive del massimo organo di governo	p. 28; 29; 152; 153	
2-18: Valutazione della performance del massimo organo di governo	Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 Dicembre 2022, sezione 7 "Autovalutazione e successione degli Amministratori - Comitato Nomine"	
2-19: Norme riguardanti le remunerazioni	Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui compensi corrisposti 2023, sezione II "Compensi Corrisposti nel 2022 e altre informazioni"	
2-20: Procedura di determinazione della retribuzione	Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui compensi corrisposti 2023, sezione I "Politica in materia di Remunerazione 2023"	

Informativa	Riferimento	Note/Omissioni
2-21: Rapporto di retribuzione totale annuale	Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui compensi corrisposti 2023, sezione "Executive Summary"	
Strategie, pratiche e prassi		
2-22: Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	p. 4; 5	
2-23: Impegno in termini di policy	p. 30; 36; 41; 126; 132; 140	
2-24: Integrazione degli impegni in termini di policy	p. 30; 36; 41; 126; 132; 140	
2-25: Processi volti a rimediare impatti negativi	p. 31; Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 Dicembre 2022, sezione 9 "Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi – Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità"	
2-26: Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	p. 128	
2-27: Compliance a leggi e regolamenti	Nel triennio 2020-2022 non si sono registrate sanzioni significative per il mancato rispetto di leggi e regolamenti.	
2-28: Appartenenza ad associazioni	p. 45; 58	
Coinvolgimento degli stakeholder		
2-29: Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	p. 8; 9; 12; 144; 145	
2-30: Contratti collettivi	p. 74; 75	
Tematiche materiali		
3-1: Processo di determinazione dei temi materiali	p. 6-12; 146-151; 182; 183	
3-2: Elenco dei temi materiali	p. 142; 143	
Resilienza e redditività nel lungo termine		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 34; 35; 142; 143; 146-151	
201-1: Valore economico direttamente generato e distribuito	p. 34; 156	
Condizione etica e responsabile del business		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 126-133; 142; 143; 146-151	
205-3: Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel triennio 2020-2022 non si è verificato alcun caso di corruzione, a testimonianza dell'efficacia dei sistemi di prevenzione in essere e della solida cultura aziendale.	
206-1: Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Nel triennio 2020-2022 la Società non è stata coinvolta in alcuna azione legale rilevante in merito a pratiche di concorrenza sleale, a testimonianza della solida cultura aziendale rispettosa del mercato in cui opera.	
Efficienza energetica e azioni per il clima		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 112; 113; 142; 143; 146-151	
302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione	p. 113; 165	
305-1: Emissioni dirette di GHG (Scopo 1)	p. 115; 165	
305-2: Emissioni indirette di GHG (Scopo 2)	p. 115; 165	
305-3: Altre emissioni indirette di GHG (Scopo 3)	p. 114-118; 165-167	
Gestione dei rifiuti e economia circolare		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 119-121; 142; 143; 146-151	
306-1: Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	p. 119-121	
306-2: Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	p. 119-121	
306-3: Rifiuti prodotti	p. 119; 167	

Informativa	Riferimento	Note/Omissioni
Benessere e coinvolgimento delle persone		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 74; 75; 142; 143; 146-151	
401-2: Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	p. 74; 75	
Salute e sicurezza dei dipendenti		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 90; 91; 142; 143; 146-151	
403-1: Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	p. 90; 91	
403-2: Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	p. 90; 91	
403-3: Servizi di medicina del lavoro		<p>Considerata la limitata rilevanza dei rischi a cui sono esposti i propri dipendenti in ambito di salute e sicurezza, Amplifon non ha ritenuto applicabile tale Disclosure. Tali aspetti vengono infatti gestiti in conformità con quanto previsto dai sistemi legislativi dei Paesi nei quali opera il Gruppo.</p>
403-4: Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro		<p>Considerata la limitata rilevanza dei rischi a cui sono esposti i propri dipendenti in ambito di salute e sicurezza, Amplifon non ha ritenuto applicabile tale Disclosure. Tali aspetti vengono infatti gestiti in conformità con quanto previsto dai sistemi legislativi dei Paesi nei quali opera il Gruppo.</p>
403-5: Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	p. 90; 91	
403-6: Promozione della salute dei lavoratori	p. 75; 90; 91	
403-7: Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali		<p>Considerata la limitata rilevanza degli impatti in ambito di salute e sicurezza legati alle proprie relazioni di business, Amplifon non ha ritenuto applicabile tale Disclosure. Tali aspetti vengono infatti gestiti in conformità con quanto previsto dai sistemi legislativi dei Paesi nei quali opera il Gruppo.</p>
403-9: Infortuni sul lavoro	p. 162	Non sono disponibili informazioni sui collaboratori non dipendenti.
403-10: Malattie professionali	p. 162	Non sono disponibili informazioni sui collaboratori non dipendenti.
Attrazione e sviluppo delle risorse chiave		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 78-85; 142; 143; 146-151	
404-1: Ore medie di formazione annua per dipendente	p. 163	<p>I dati relativi alla formazione del 2021 non includono i dipendenti delle società Otohub s.r.l. (Italia), Audibel s.r.l. (Italia) e Bay Audio Pty Ltd (Australia), così come Amplifon Middle East SAE (Egitto), Medtechnica Ortophone Ltd (Israele), Attune Hearing Pty Ltd (Australia) e le società operanti in Cina, in quanto il relativo processo di integrazione era ancora in corso.</p>
404-2: Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	p. 82-85	
404-3: Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	p. 86; 87; 163	
Diversità, equità e inclusione		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 70-73; 142; 143; 146-151	
405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	p. 28; 29; 68; 69; 152; 153; 158-161	
405-2: Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	p. 73	<p>L'indicatore è stato calcolato considerando il 75% dei dipendenti, escludendo gli Internship & Apprenticeship, il personale con contratto a tempo determinato, e una parte della forza lavoro attiva nelle Joint Venture e nei Paesi minori. I valori rappresentati non considerano gli importi aggiuntivi corrisposti ai dipendenti quali bonus cash o piani di incentivazione azionaria, benefit, straordinari o qualsiasi indennità aggiuntiva allo stipendio base.</p>

Informativa	Riferimento	Note/Omissioni
Contesto regolatorio		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 134-137; 142; 143; 146-151	
415-1: Contributi politici		Nel triennio 2020-2022, Amplifon non ha fornito contributi a singoli legislatori, parti o comitati politici. Si segnala altresì che, nello stesso periodo, Amplifon (USA) ha stipulato un contratto con società di advocacy negli Stati Uniti per sostenere i principi di sicurezza, efficacia e disponibilità nelle politiche che regolano il settore dell'hearing care nel Paese, e che queste attività sono state completamente divulgate in conformità con il Lobbying Disclosure Act degli Stati Uniti. In particolare, nel 2022 Amplifon (USA) ha speso circa 262.000 euro per queste attività.
Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti e servizi		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 58; 59; 142; 143; 146-151	
416-2: Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi		Nel triennio 2020-2022, non si è registrato alcun caso di richiamo di prodotti o di mancato rispetto dei regolamenti vigenti o dei codici volontari adottati in materia di sicurezza dei prodotti e dei servizi offerti. Non si sono registrati altresì casi di <i>customer compliant</i> relativi a malfunzionamenti dell'App Amplifon che possano mettere a rischio la salute dell'utente.
Pratiche di marketing e vendita responsabili		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 129; 142; 143; 146-151	
417-2: Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Nel triennio 2020-2022 non sono state ricevute segnalazioni significative in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi.
417-3: Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing		Nel triennio 2020-2022 non sono state ricevute segnalazioni significative in materia di comunicazione commerciale e marketing.
Cybersecurity e privacy dei dati		
3-3: Gestione dei temi materiali	p. 60-63; 142; 143; 146-151	
418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti		Nel triennio 2020-2022 i sistemi implementati per la protezione dei dati e cybersecurity hanno assicurato un adeguato livello di protezione dei dati. Nel 2022 non vi sono stati casi di condanne rilevanti attinenti alla violazione della privacy dei clienti comminate da parte di enti di controllo e organismi esterni.
Tematiche materiali non direttamente correlate a disclosure GRI		
Disponibilità e accessibilità alla cura dell'udito		
GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	p. 56; 57; 142; 143; 146-151	
Sensibilizzazione ed educazione al benessere uditivo		
GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	p. 96; 97; 142; 143; 146-151	
Innovazione, digitalizzazione e personalizzazione della customer experience		
GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	p. 48-53; 142; 143; 146-151	
Gestione responsabile della catena di fornitura		
GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	p. 122-125; 142; 143; 146-151	
Supporto alle comunità locali		
GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	p. 94; 95; 98-107; 142; 143; 146-151	
Approccio strategico e governance della sostenibilità		
GRI 3-3: Gestione dei temi materiali	p. 36-41; 142; 143; 146-151	

INDICE DEI CONTENUTI DELLE RACCOMANDAZIONI DELLA TCFD

La mitigazione e l'adattamento al cambiamento climatico e il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio sono tra i temi in cima all'agenda globale di oggi. In questo contesto, come leader del settore dell'*hearing care*, siamo impegnati nel promuovere una gestione delle nostre attività di business in maniera sempre più sostenibile in modo da ridurre gli impatti ambientali lungo l'intera catena del valore.

Alla luce della crescente importanza delle tematiche relative alla lotta al *climate change*, nel corso del 2022, e contestualmente al processo di Enterprise Risk Management, abbiamo approfondito l'esercizio di rendicontazione secondo le raccomandazioni della Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) per garantire una divulgazione completa e trasparente dei rischi e delle opportunità legati al clima.

A questo proposito, abbiamo integrato e ampliato la valutazione dei principali rischi ESG all'interno del sistema ERM già in essere, garantendo allo stesso tempo un allineamento preliminare alle raccomandazioni della TCFD in merito ai rischi e alle opportunità legate al cambiamento climatico. L'esercizio d'integrazione, che verrà progressivamente approfondito e sviluppato anche nei prossimi anni, si è soffermato non solo su rischi e opportunità legate al cambiamento climatico con rilevanza per il Gruppo nel breve termine (i.e., piano triennale, orizzonte temporale attualmente coperto dal processo di ERM), ma ha preso in considerazione anche potenziali rischi che nel medio/lungo termine potranno generare impatti significativi, e necessitano dunque un attento e continuo monitoraggio. Sulla base dei risultati delle valutazioni dei principali rischi ESG condotte nel 2022, e in considerazione delle attività e del modello di business del Gruppo, non è stata identificata alcuna esposizione materiale ai rischi *climate related*, i quali saranno comunque monitorati e valutati annualmente seguendo il processo di *risk assessment* di Gruppo.

La seguente tabella riassume le principali aree tematiche e raccomandazioni della TCFD, nonché il riferimento alle sezioni del presente Report in cui sono esplicitati i contenuti richiesti in termini di reporting.





Raccomandazioni TCFD		Riferimento
Area tematica: Governance		
TCFD-GOV-a	Descrivere come il <i>board</i> supervisiona rischi e opportunità associati al cambiamento climatico	<ul style="list-style-type: none"> • I nostri stakeholder e le nostre priorità • La Governance della Sostenibilità
TCFD-GOV-b	Descrivere il ruolo del <i>management</i> nel determinare e gestire rischi e opportunità associati al cambiamento climatico	<ul style="list-style-type: none"> • Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi
Area tematica: Strategy		
TCFD-STR-a	Descrivere rischi e opportunità associati al cambiamento climatico identificati dall'organizzazione sul breve, medio e lungo termine	<ul style="list-style-type: none"> • Principali rischi connessi ai temi di sostenibilità
TCFD-STR-b	Descrivere l'impatto dei rischi e opportunità associati al cambiamento climatico su <i>business</i> , strategia e pianificazione finanziaria del Gruppo	N.D. ⁷³
TCFD-STR-c	Descrivere la resilienza della strategia del Gruppo, considerando diversi scenari climatici, includendo scenari da +2°C o meno	N.D. ⁷³
Area tematica: Risk management		
TCFD-RMA-a	Descrivere i processi aziendali per identificare e valutare i rischi climatici	<ul style="list-style-type: none"> • Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi • La valutazione dei principali rischi ESG
TCFD-RMA-b	Descrivere i processi aziendali per gestire i rischi climatici	<ul style="list-style-type: none"> • Principali rischi connessi ai temi di sostenibilità
TCFD-RMA-c	Descrivere come i processi usati per identificare, valutare e gestire i rischi climatici si integrano nelle attività di <i>risk management</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi • La valutazione dei principali rischi ESG
Area tematica: Metrics and targets		
TCFD-MET-a	Comunicare le metriche utilizzate dall'azienda per valutare i rischi e le opportunità associati al cambiamento climatico, in linea con la propria strategia ed il processo di <i>risk management</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Il rispetto per l'ambiente • Indicatori di performance • Nota metodologica
TCFD-MET-b	Comunicare le emissioni di gas serra (GHG) Scopo 1, Scopo 2 e, se necessario, Scopo 3, ed i relativi rischi	
TCFD-MET-c	Descrivere gli obiettivi fissati dall'azienda per gestire i rischi e le opportunità associati al cambiamento climatico, includendo i risultati ottenuti rispetto a tali obiettivi	N.D. ⁷⁴

73 - I rischi climatici sono stati identificati e valutati qualitativamente all'interno del processo annuale di ERM, sviluppato con un orizzonte temporale di breve termine, in vista della futura quantificazione dell'impatto di tali rischi e della resilienza del business su un orizzonte temporale di medio e lungo termine.

74 - Il completamento del primo inventario delle emissioni Scopo 3 e dell'impronta carbonica del Gruppo rappresenta una solida base quantitativa per lo sviluppo futuro di una strategia climatica finalizzata a identificare e attuare azioni mirate alla minimizzazione delle nostre principali emissioni.

INDICE DEI CONTENUTI DEI PRINCIPI DEL UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

In quanto partecipante al UN Global Compact, Amplifon rendiconta, all'interno del presente Report di Sostenibilità, le principali attività e progressi compiuti per l'implementazione e il rispetto dei Dieci Principi del UNGC. Pertanto, in ottica di trasparenza e condivisione con tutti gli stakeholder, la seguente tabella illustra, per ogni Principio, in quale parte del documento sono descritte le principali attività e modalità di gestione, nonché i GRI Standards rendicontati.

Area	Principio	Riferimento	GRI Standards
Diritti Umani			
 HUMAN RIGHTS	1. Le imprese dovrebbero sostenere e rispettare la protezione dei diritti umani proclamati a livello internazionale	<ul style="list-style-type: none"> • Benessere e coinvolgimento interno • Etica di business e lotta alla corruzione • Gestione del Procurement e Supply Chain • Nota metodologica 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 2-23: Impegno in termini di policy • GRI 2-22: Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile
	2. Le imprese dovrebbero assicurarsi che non siano complici di violazioni dei diritti umani		
Lavoro			
 LABOUR	3. Le imprese dovrebbero sostenere la libertà di associazione e l'effettivo riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva		
	4. Le imprese dovrebbero sostenere l'eliminazione di ogni forma di lavoro forzato e obbligatorio	<ul style="list-style-type: none"> • Diversità, inclusione e pari opportunità • Benessere e coinvolgimento interno • Etica di business e lotta alla corruzione • Gestione del Procurement e Supply Chain 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 2-23: Impegno in termini di policy • GRI 2-30: Contratti collettivi • GRI 401 Occupazione (2016) • GRI 405 Diversità e pari opportunità (2016)
	5. Le imprese dovrebbero sostenere l'effettiva abolizione del lavoro minorile		
	6. Le imprese dovrebbero sostenere l'eliminazione della discriminazione in materia di impiego e occupazione		
Ambiente			
 ENVIRONMENT	7. Le imprese dovrebbero sostenere un approccio precauzionale alle sfide ambientali	<ul style="list-style-type: none"> • La valutazione dei principali rischi ESG • Il rispetto per l'ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 2-23: Impegno in termini di policy
	8. Le imprese dovrebbero intraprendere iniziative per promuovere una maggiore responsabilità ambientale	<ul style="list-style-type: none"> • Principali rischi connessi ai temi di sostenibilità • Nota metodologica • Indice dei contenuti delle raccomandazioni della TCED 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 302 Energia (2016) • GRI 305 Emissioni (2016) • GRI 306 Rifiuti (2020) • GRI 307 Compliance ambientale (2016)
	9. Le imprese dovrebbero incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie rispettose dell'ambiente		
Anti-corruzione			
 ANTI-CORRUPTION	10. Le imprese dovrebbero lottare contro la corruzione in tutte le sue forme, comprese l'estorsione e la concussione	<ul style="list-style-type: none"> • Etica di business e lotta alla corruzione 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 2-23: Impegno in termini di policy • GRI 205 Anticorruzione (2016)

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE



KPMG S.p.A.
 Revisione e organizzazione contabile
 Via Vittor Pisani, 25
 20124 MILANO MI
 Telefono +39 02 6763.1
 Email it-fmauditaly@kpmg.it
 PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, comma 10, del D.Lgs. 30 dicembre 2016 n. 254 e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018

*Al Consiglio di Amministrazione di
 Amplifon S.p.A.*

Ai sensi dell'art. 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016 n. 254 (di seguito anche il "Decreto") e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Amplifon (di seguito anche il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 1 marzo 2023 (di seguito anche la "DNF").

L'esame limitato da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "Nota metodologica – Tassonomia europea" della DNF, richieste dall'art. 8 del Regolamento (UE) n. 852 del 18 giugno 2020.

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale di Amplifon S.p.A. per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), da essi individuato come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'art. 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

KPMG S.p.A. è una società per azioni di diritto italiano e fa parte del network KPMG di entità indipendenti affiliate a KPMG International Limited, società di diritto inglese.

Ancona Bari Bergamo
 Bologna Bolzano Brescia
 Catania Como Firenze Genova
 Lecce Milano Napoli Novara
 Padova Palermo Parma Perugia
 Pescara Roma Torino Treviso
 Trieste Varese Verona

Società per azioni
 Capitale sociale
 Euro 10.415.500,00 i.v.
 Registro Imprese Milano Monza Brianza Lodi
 e Codice Fiscale N. 00709600159
 R.E.A. Milano N. 512967
 Partita IVA 00709600159
 VAT number IT00709600159
 Sede legale: Via Vittor Pisani, 25
 20124 Milano MI ITALIA



Gruppo Amplifon
 Relazione della società di revisione
 31 dicembre 2022

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code) emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e ai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale di Amplifon S.p.A. responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 Analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato.
- 2 Analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto.
- 3 Comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo.
- 4 Comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - principali rischi, generati o subiti, connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.



Gruppo Amplifon
Relazione della società di revisione
31 dicembre 2022

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF ed effettuate le verifiche descritte nel successivo punto, lettera a).

5 Comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Amplifon S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di gruppo,
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili,
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per Amplifon S.p.A. e per le società Amplifon Italia S.p.A., Amplifon Iberica SA (Spagna) e Amplifon Nederland BV (Olanda), che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.


Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Amplifon relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards").

Le nostre conclusioni sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Amplifon non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo "Nota metodologica – Tassonomia europea" della stessa, richieste dall'art. 8 del Regolamento (UE) n. 852 del 18 giugno 2020.

Milano, 14 marzo 2023

KPMG S.p.A.



Claudio Mariani
Socio

Data di pubblicazione
16 marzo 2023

Coordinamento Progetto Editoriale
AMPLIFON

Direzione artistica e Progetto Grafico
COMMON

Stampa su carta certificata FSC



corporate.amplifon.com/it/sostenibilita
careers.amplifon.com/it



Amplifon



Amplifon Group



LifeAtAmplifon



Amplifon

