



# Report di Sostenibilità 2021

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

 **amplifon**



## PDF INTERATTIVO



SOMMARIO



CERCA



STAMPA



EMAIL



INFO PDF

### COSA PUOI TROVARE IN QUESTO PDF INTERATTIVO?

Nella parte alta 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).



**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**, da dicembre 2021 Amplifon partecipa al **Global Compact delle Nazioni Unite** attraverso l'adesione e il rispetto dei suoi Dieci Principi.

# Report di Sostenibilità 2021

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

 **amplifon**

# INDICE

## REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2021

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

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

# MESSAGGIO AI LETTORI

Cari lettori,

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

“

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

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

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

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



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

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

“

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

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

**SUSAN CAROL HOLLAND**

Presidente

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

“

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

**ENRICO VITA**

Amministratore Delegato



## GUIDA ALLA LETTURA

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

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

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

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

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



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



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

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

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

## I NOSTRI STAKEHOLDER

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

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

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



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



**VAI ALLA PAGINA  
PRINCIPALI  
ATTIVITÀ DI  
STAKEHOLDER  
ENGAGEMENT**

## PRINCIPALI STAKEHOLDER DI AMPLIFON



## ANALISI DI MATERIALITÀ

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

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

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

**DOPPIA  
MATERIALITÀ  
SVOLTA NEL 2021**

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

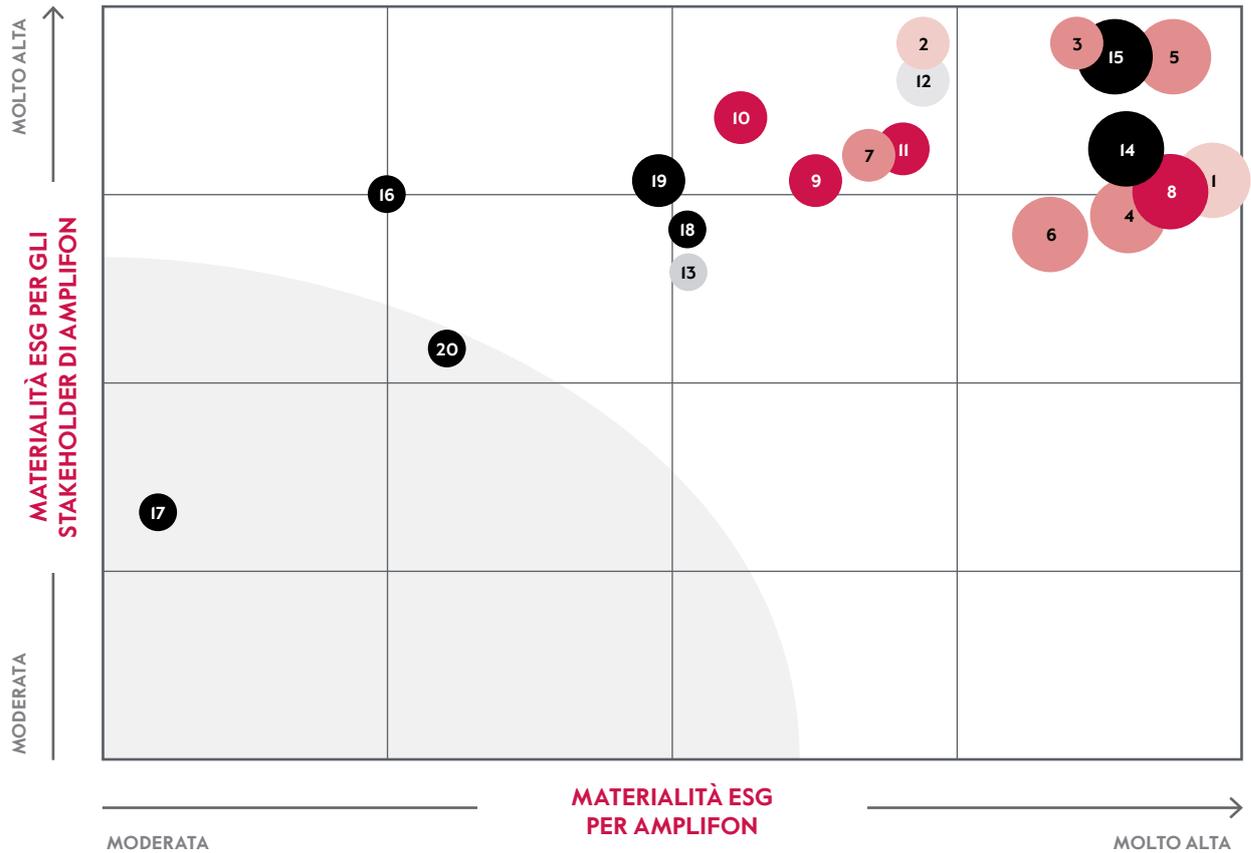
I 20 temi sono stati quindi valutati e prioritizzati sia da parte degli stakeholder interni e esterni, al fine di intercettarne feedback, suggerimenti e aspettative, sia dal Top Management di Amplifon, secondo la duplice prospettiva della doppia materialità. In seguito alle attività di stakeholder engagement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

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



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

# MATRICE DI MATERIALITÀ 2021



DIMENSIONE DELLE BOLLE: MATERIALITÀ FINANZIARIA



## AMPLIFON BUSINESS

1 Resilienza e redditività nel lungo termine

2 Approccio strategico e governance della sostenibilità

## PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP

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

## COMMUNITY IMPACT

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

## PEOPLE EMPOWERMENT

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

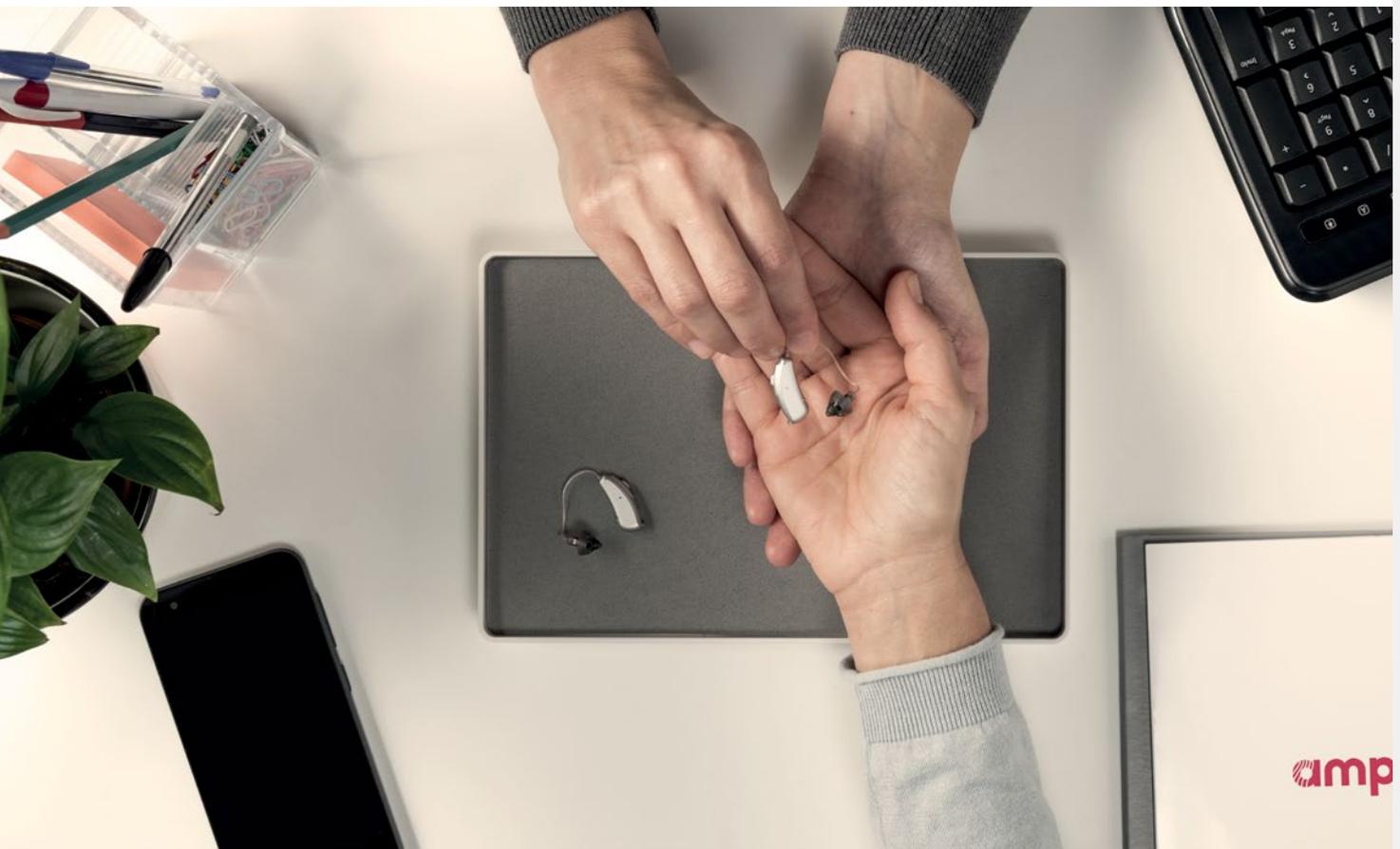
## ETHICAL BEHAVIOR

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

\* Temi non materiali

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

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



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

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

**HIGHLIGHTS 2021**

---

1.948,1 milioni di euro di ricavi

---

>11% quota di mercato

---

25 Paesi e 5 continenti

---

>9.200 punti vendita

---

~18.600 dipendenti e collaboratori

CAPITOLO 01

# AMPLIFON: LISTENING AHEAD



 **amplifon**



## I.1 IL SETTORE IN CUI OPERIAMO

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

Oggi, oltre 1,5 miliardi di persone presentano un qualche livello di calo uditivo che, se pur più frequente nelle persone più senior, riguarda tutte le fasce di età. Tra queste, almeno 430 milioni di persone vivono con una perdita uditiva che necessita di interventi riabilitanti, e si stima che con la crescente longevità della popolazione questo numero raggiungerà circa 700 milioni entro il 2050. Inoltre, **il calo uditivo non curato rappresenta oggi un costo globale annuale pari a circa 1 trilione di dollari**, legato alle spese del settore sanitario, alla perdita di produttività e ai relativi costi sociali<sup>2</sup>.

Il mercato globale *retail* dell'*hearing care* è stimato pari a circa 16,5 miliardi di euro nel 2021 e, purché ancora frammentato, è in continuo consolidamento e presenta positive prospettive di crescita di medio e lungo termine guidate dall'aumento della popolazione mondiale e dal tasso di adozione dei dispositivi acustici. Le Nazioni Unite stimano che la popolazione mondiale raggiungerà 9,7 miliardi di persone entro il 2050, traducendosi in un considerevole aumento del numero di persone senior che potrebbero sviluppare difficoltà uditive<sup>3</sup>.

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

~19%

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

~22%

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

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

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

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

di rimborso: dati empirici dimostrano che è più alto (se pur non superando il 60%) nei paesi in cui i sistemi sanitari nazionali offrono gratuitamente apparecchi acustici a tutti, se pur con un minor tasso di utilizzo dei dispositivi e soprattutto minore soddisfazione dei clienti. Invece, nei modelli “competitivi”, che prevedono un rimborso parziale agli aventi diritto rispetto al livello di ipoacusia, lasciando libera scelta alle persone per eventuali integrazioni, a fronte di un’adozione leggermente più bassa si registrano tassi di utilizzo attivo dei dispositivi e livelli di soddisfazione significativamente maggiori<sup>5</sup>. Ciò avviene grazie all’elevato livello di personalizzazione dei dispositivi acustici, alla professionalità degli audioprotesisti e ai servizi di post-vendita più efficaci e innovativi, che garantiscono maggiori benefici finali e una maggiore qualità dell’hearing care a 360°.

~37%

L'ADOZIONE  
DEI DISPOSITIVI  
ACUSTICI  
NEI MERCATI  
SVILUPPATI

## I PRINCIPALI DRIVER

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

### ASPETTATIVA DI VITA

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

### VITA ATTIVA

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

### TECNOLOGIA

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

### DIGITALIZZAZIONE

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

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

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



## 1.2 LA NOSTRA IDENTITÀ E CORPORATE CULTURE

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

### LA NOSTRA PURPOSE

**We empower people to rediscover all the emotions of sound.**

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

### LA NOSTRA MISSION

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

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

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

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

## I NOSTRI VALORI

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



### PASSIONE PER IL CLIENTE

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

### FARE LA DIFFERENZA

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



### ECCELLENZA QUOTIDIANA

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

### PENSIERO INNOVATIVO

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



### SENSO DI RESPONSABILITÀ

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

## PUNTI DI FORZA

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

### FORTI COMPETENZE

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

### BRAND INEGUAGLIABILI

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

### INNOVAZIONE

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

### DIMENSIONE GLOBALE

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

### EMPLOYER OF CHOICE

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

### LEADERSHIP SCIENTIFICA

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

# UNA PRESENZA GLOBALE

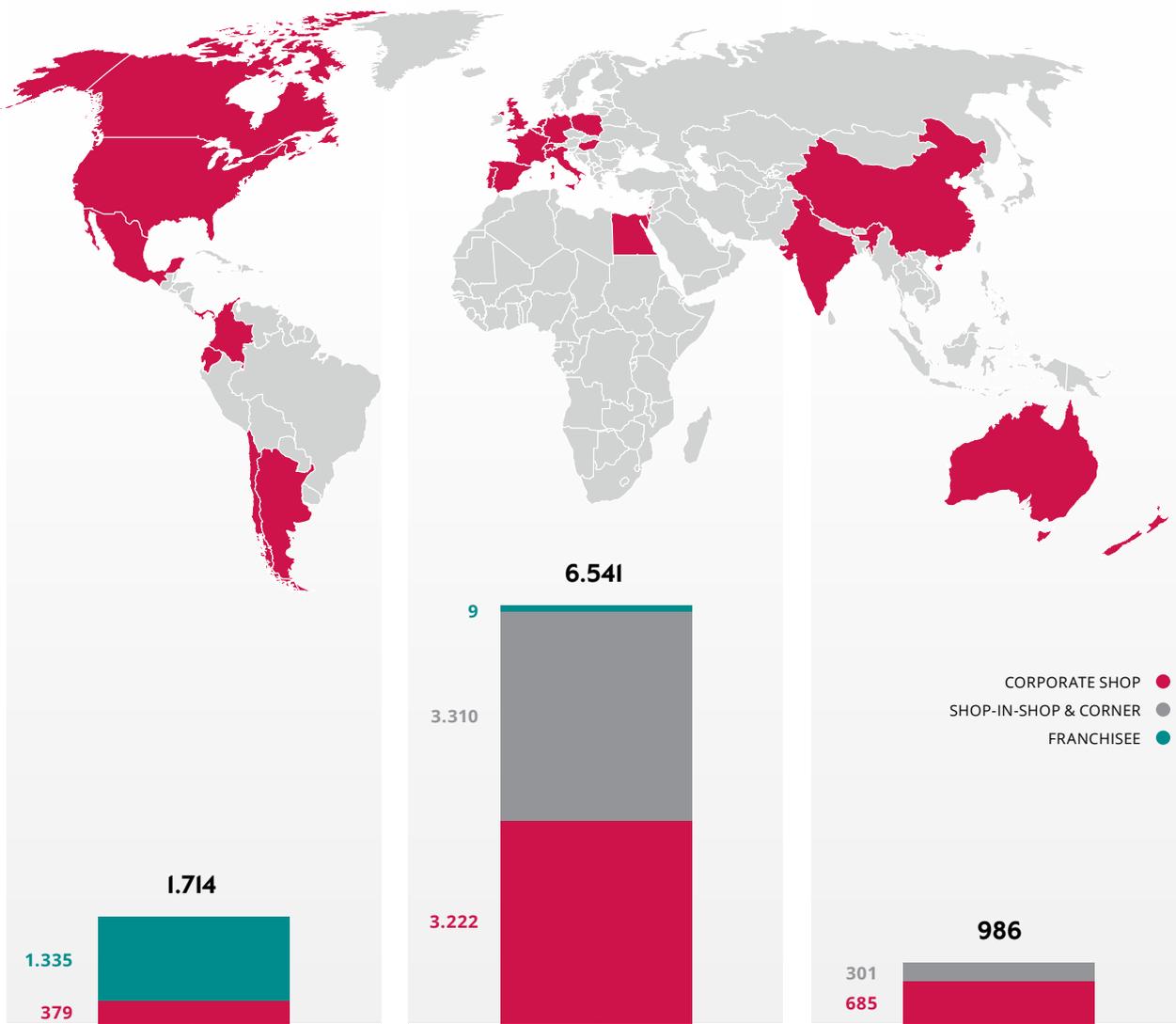
Siamo leader mondiale per volumi, fatturato, capillarità della rete distributiva e presenza geografica. Operiamo in tre aree geografiche (EMEA, America, APAC) sui cinque continenti, e generalmente ci classifichiamo come primo o secondo operatore nei principali mercati in cui operiamo.

25  
Paesi  
IN 5 CONTINENTI

## AMERICA

## EMEA

## APAC



amplifon

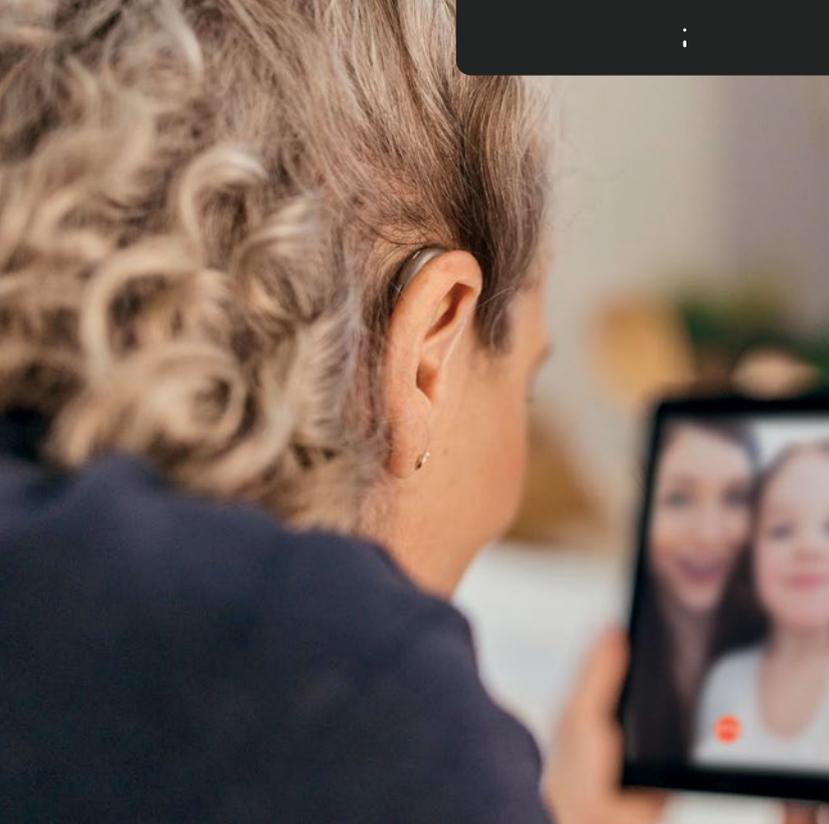
amplifon

amplifon

Beter Horen

amplifon

amplifon



## 1.3 STRATEGIA E BUSINESS MODEL

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



APPROFONDISCI  
LA NOSTRA  
STRATEGIA

### CRESCITA E LEADERSHIP A LIVELLO GLOBALE

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

### CUSTOMER PROPOSITION UNICA E INEGUAGLIABILE

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

## ORGANIZZAZIONE EFFICACE E DI TALENTO

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

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

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



### FORWARD THINKING VALUE IAT - ONE AMPLIFON TRANSFORMATION

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

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

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

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

## MODELLI DI BUSINESS

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

---

### BUSINESS-TO-CONSUMER

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

---

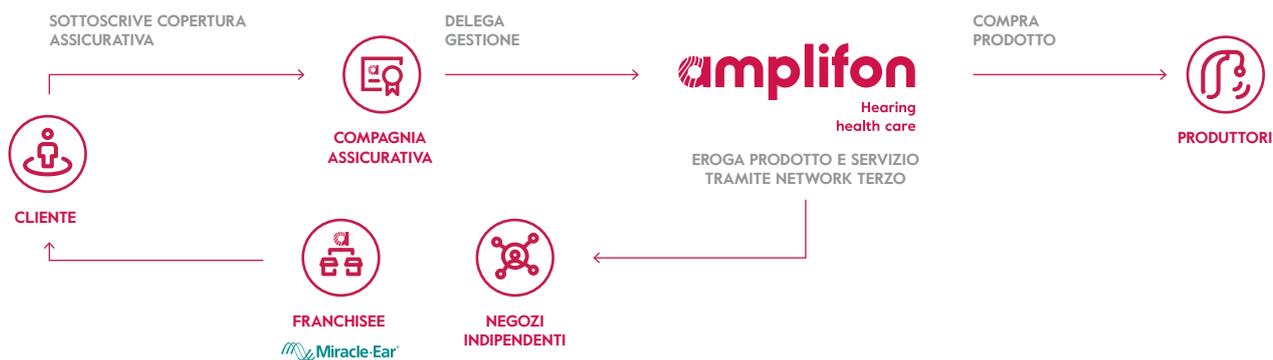
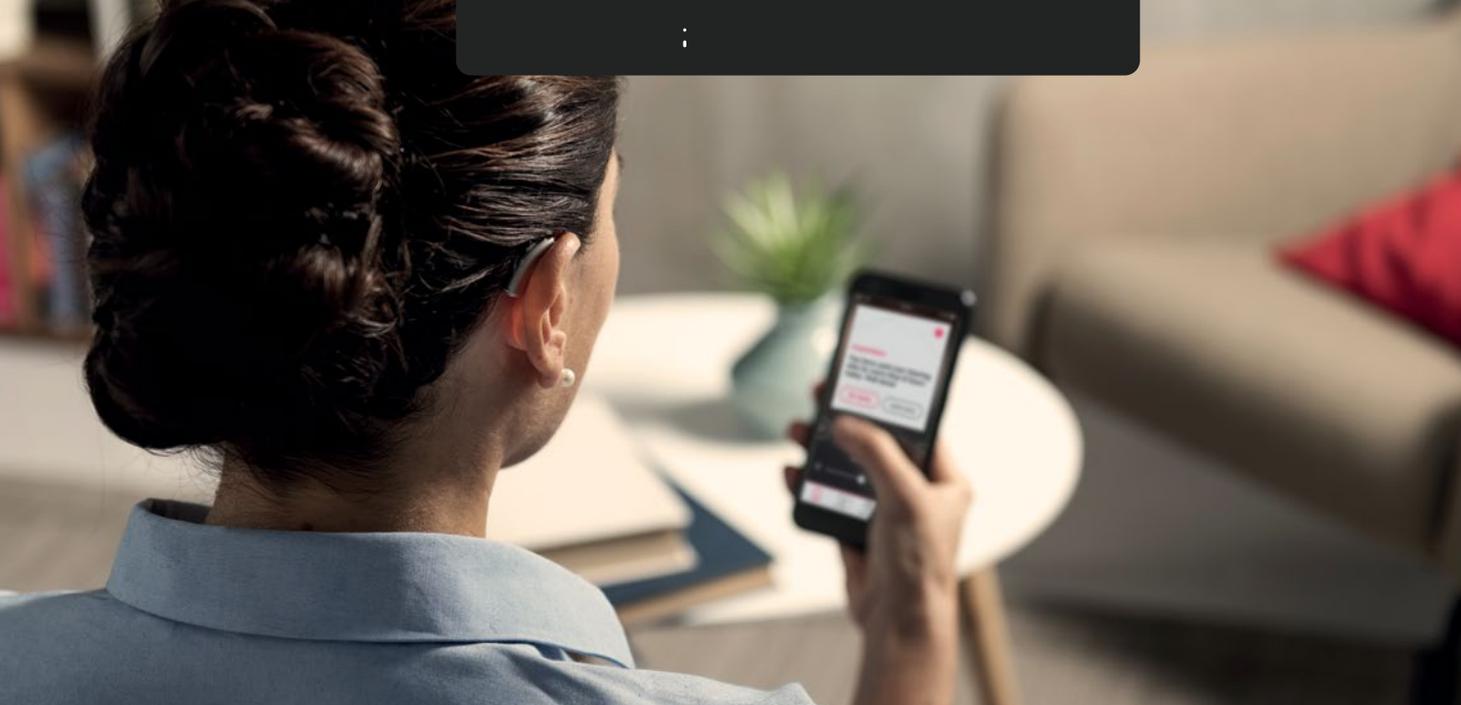
### FRANCHISING

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

---

### MANAGED CARE

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





## 1.4 UNA SOLIDA GOVERNANCE AZIENDALE

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

Il titolo Amplifon, già quotato sul mercato Euronext Milan di Borsa Italiana dal 2001, sul segmento Euronext STAR Milan di Borsa Italiana dal 2008, parte dell'indice FTSE MIB dal dicembre 2018 e dello Stoxx Europe 600 dal 24 giugno 2019, da novembre 2020 è entrato a fare parte dell'indice MSCI Global Standard e da ottobre 2021 anche del **nuovo indice MIB ESG** lanciato da Euronext e Borsa Italiana, dedicato alle 40 blue-chip italiane che attuano le migliori pratiche di sostenibilità. In quanto Società quotata, in Amplifon la struttura di Corporate Governance è allineata alle *best practice* nazionali e internazionali e rispetta i principi indicati nel Codice di Corporate Governance delle Società Quotate promosso dal Comitato per la Corporate Governance, a cui aderiamo sin dalla sua prima versione del 2001, allineandoci tempestivamente ai successivi aggiornamenti<sup>6</sup>.

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



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



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

**1/3**

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

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

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

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

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

## LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

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

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

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

# 62 anni

ETÀ MEDIA  
DEI MEMBRI  
DEL C.D.A.



VAI ALLA PAGINA  
COMPOSIZIONE  
DEGLI ORGANI  
DI GOVERNO



VAI ALLA PAGINA  
MODELLO DI  
ORGANIZZAZIONE  
E GESTIONE



VAI ALLA PAGINA  
L'ANALISI DI  
MATERIALITÀ 2021

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

## IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI

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

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

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



**APPROFONDISCI**  
**IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI**



**APPROFONDISCI**  
**LA GESTIONE DEI RISCHI**

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

## LA VALUTAZIONE DEI PRINCIPALI RISCHI ESG

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

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



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



### I RISCHI LEGATI AL CAMBIAMENTO CLIMATICO SECONDO LE RACCOMANDAZIONI DELLA TCFD

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

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

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



**VAI ALLA PAGINA**

**INDICE DEI CONTENUTI DELLE  
RACCOMANDAZIONI DELLA TCFD**



## 1.5 RESILIENZA E VALORE ECONOMICO GENERATO

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

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

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

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

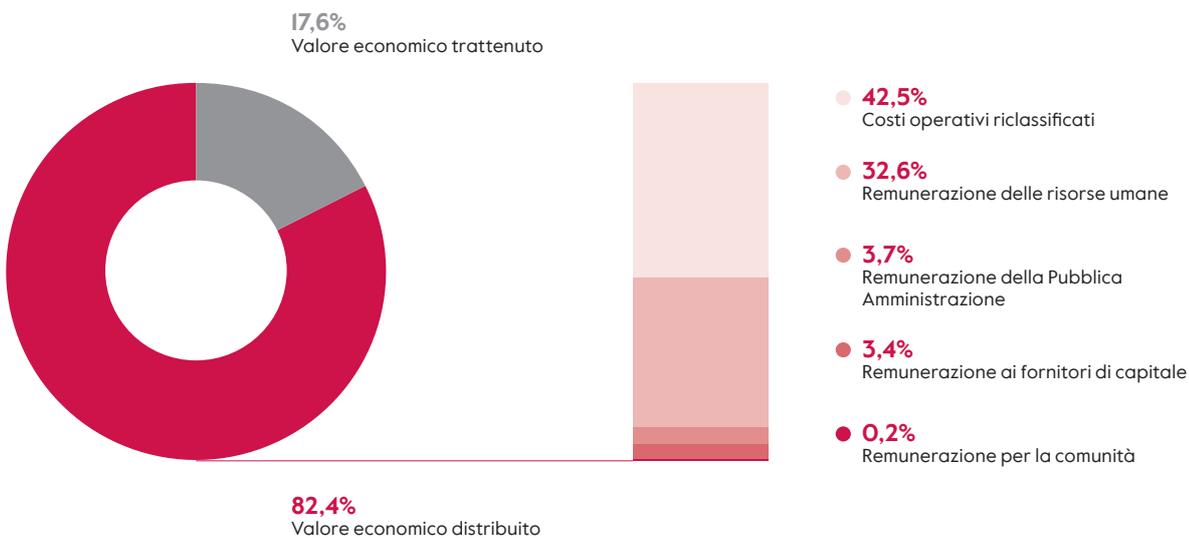
- **costi operativi riclassificati per i fornitori**, pari a circa 833 milioni di euro, tra cui rientrano i costi delle materie prime, di consumo e merci, le commissioni su vendite, gli affitti dei punti vendita e altri costi per servizi;

~1.957

MLN DI EURO  
VALORE  
ECONOMICO  
GENERATO  
NEL 2021

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

## DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO 2021



## LA NOSTRA RESILIENZA A SEGUITO DELL'EMERGENZA COVID-19

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

### LA SICUREZZA E IL SUPPORTO ALLE NOSTRE PERSONE

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



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

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



**VAI ALLA PAGINA**  
**BENESSERE E**  
**COINVOLGIMENTO**  
**INTERNO**

## SEMPRE VICINI AI CLIENTI

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



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

## AGGIORNAMENTO DELL'IMPATTO DELLA PANDEMIA SULLA PERFORMANCE ECONOMICO-FINANZIARIA

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

## IL CONTRIBUTO PER LE COMUNITÀ

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



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

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



amplifon



## 1.6 IL NOSTRO IMPEGNO PER UN BUSINESS SOSTENIBILE

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

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



**APPROFONDISCI  
POLICY DI  
SOSTENIBILITÀ**

## AREE DI IMPEGNO

### PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP

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

### PEOPLE EMPOWERMENT

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

## IL NOSTRO PIANO DI SOSTENIBILITÀ “LISTENING AHEAD”

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

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



VAI ALLA PAGINA

IL NOSTRO  
CONTRIBUTO AGLI  
SDGs E AL UNITED  
NATIONS GLOBAL  
COMPACT

# LISTENING AHEAD

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

### COMMUNITY IMPACT

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

### ETHICAL BEHAVIOR

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

## PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP

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



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

Goal	Target	KPI	Baseline	2021	Riferimento
Promuovere la consapevolezza sull'importanza dell'udito, abbattendo le barriere e la stigmatizzazione	Sensibilizzare ogni anno <b>oltre 160 milioni di persone over 55</b> 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	<a href="#">Combattiamo ogni tipo di stigmatizzazione</a>
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 <b>oltre 700 milioni di €</b> per clienti e prospects nel triennio 2021-2023	Risparmio economico annuale dei clienti e prospects <sup>10</sup> (milioni di €)	142 mln di € (2020)	200 mln di €	<a href="#">Accessibilità a prodotti e servizi</a>
Promuovere soluzioni sempre più innovative, coinvolgenti e digitali	Raggiungere <b>almeno l'85% di penetrazione</b> globale dell'Amplifon Product Experience (APE) nell' <i>addressable market</i> dei diversi Paesi entro il 2023 <sup>11</sup>	Tasso di penetrazione (in termini di unità vendute) dell'APE nell' <i>addressable market</i> (%)	79% (2020)	89%	<a href="#">Amplifon Product Experience</a>

## PEOPLE EMPOWERMENT

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



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

Goal	Target	KPI	Baseline	2021	Riferimento
Rafforzare le competenze di leadership e funzionali di tutti i dipendenti a livello globale	Assicurare <b>almeno 3 giornate</b> 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) Numero di giornate medie di formazione per persona all'anno - <i>field force</i> <sup>12</sup> (giorni all'anno)	1,6 (2020)	3,0	<a href="#">La crescita dei talenti</a>
Garantire una solida <i>pipeline</i> di successione per i ruoli chiave	Garantire che <b>almeno il 40%</b> della popolazione <i>back office</i> e <b>almeno il 25%</b> della popolazione <i>field force</i> sia valutato come <i>talents &amp; high performers</i> per fare parte della <i>pipeline</i> di successione entro il 2023	Percentuale di <i>talents &amp; high performers</i> all'anno sulla popolazione <i>back office</i> (%) Percentuale di <i>talents &amp; high performers</i> all'anno sulla popolazione <i>field force</i> (%) <sup>13</sup>	36% (2020)	36%	<a href="#">Sviluppo di carriera</a>
Garantire un <i>winning workplace</i> sano e inclusivo guidato dalla comunicazione e dal coinvolgimento	Garantire <b>almeno l'85%</b> di partecipazione alla <i>global engagement survey</i> con <b>almeno il 90%</b> dei <i>respondents</i> che si dichiarano ingaggiati (giudizio >=3) fino al 2023 <sup>14</sup>	Tasso di partecipazione alla <i>global engagement survey</i> (%) Percentuale di <i>respondents</i> che esprime un giudizio >=3 su una scala da 1 a 5 (%)	81% (2019)	80%	<a href="#">Benessere e coinvolgimento interno</a>
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 <b>superiore al 50%</b> ) e nella <i>global leadership population</i> (sempre <b>superiore al 25%</b> ) fino al 2023	Percentuale di dipendenti donne nella popolazione <i>back office</i> globale (%) Percentuale di dipendenti donne nella <i>global leadership population</i> (%)	57% (2020)	55%	<a href="#">Diversità, inclusione e pari opportunità</a>

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

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

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

## COMMUNITY IMPACT

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



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

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

## ETHICAL BEHAVIOR

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



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

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

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

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



Sin dalla loro adozione nel settembre 2015, i Sustainable Development Goals (SDGs) rappresentano uno dei principali punti di riferimento a livello internazionale per lo sviluppo sostenibile, guidando organizzazioni pubbliche e private a contribuire ad obiettivi globali e comuni da raggiungere entro il 2030. A supporto del percorso intrapreso con il Piano di Sostenibilità, abbiamo identificato i principali SDGs a cui possiamo contribuire maggiormente grazie alle nostre attività e ai nostri obiettivi lungo la catena del valore<sup>18</sup>: **3** (Salute e benessere), **5** (Parità di genere), **7** (Energia pulita e accessibile), **8** (Lavoro dignitoso e crescita economica), **10** (Ridurre le disuguaglianze), **12** (Consumo e produzione responsabili), **17** (Partnership per gli obiettivi).



**APPROFONDISCI**  
**SUSTAINABLE**  
**DEVELOPMENT**  
**GOALS**

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



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

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

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

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

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



**APPROFONDISCI**  
**UN GLOBAL**  
**COMPACT**



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

**WE SUPPORT**



**HUMAN RIGHTS**



**LABOUR**



**ENVIRONMENT**



**ANTI-CORRUPTION**



## PERSONAL IMPACT VALUE

### IL COINVOLGIMENTO INTERNO SUI TEMI DI SOSTENIBILITÀ

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

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

Nel 2021 i Town Hall dei principali Paesi han-

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



## INGRESSO NELL'INDICE MIB ESG

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

Alla luce della crescente domanda di strumenti

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



APPROFONDISCI  
L'INDICE MIB ESG



EURONEXT



BORSA ITALIANA

## PRINCIPALI RICONOSCIMENTI

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

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

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

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

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

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

Sustainability Yearbook  
Member 2022  
**S&P Global**



**Institutional  
Investor**



**ASSOCHANGE**



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



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

- L'inserimento nella classifica 2022 de "Le aziende più attente al clima", stilata dal Corriere della Sera in collaborazione con Statista, che mette insieme le 100 aziende italiane più attente al clima misurando il rapporto tra la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e i ricavi relativi al periodo 2018-2020.
- L'inclusione tra i 200 vincitori dello studio Green Star - Le aziende più sostenibili 2021, un'indagine sulle politiche aziendali green in Italia promossa dall'Istituto tedesco ITQF e La Repubblica Affari&Finanza.
- L'inclusione tra i Leader della Sostenibilità 2021, a seguito della ricerca promossa da Statista e Il Sole 24 Ore che ha esaminato 1.500 aziende identificando le 150 che più si distinguono per le proprie scelte aziendali orientate alla sostenibilità.
- Il posizionamento all'interno della Top 3 riservata ai finalisti dell'Oscar di Bilancio 2021 per il Premio Speciale "Dichiarazione Non Finanziaria", appuntamento annuale che premia le aziende più virtuose nelle attività di reporting ESG, promosso da FERPI con Borsa Italiana e Università Bocconi.
- Il conferimento del premio 2022 Industry Top-rated Badge da parte del Corporate Solutions team di Sustainalytics, che ha valutato oltre 14.000 aziende di 42 settori sulla base del loro rating di rischio ESG.
- Ogni anno la Reader's Digest Association conduce un sondaggio tra più di 14.000 persone per determinare i brand più affidabili (*Trusted Brands*) in diverse categorie di prodotto. Per la categoria "apparecchi acustici" nel 2021 Amplifon è stato riconosciuto come *"most trusted brand"* dai consumatori svizzeri. In Portogallo invece, il nostro brand Minisom ha ricevuto lo stesso riconoscimento per la categoria "centri acustici". Parallelamente, la campagna "Priorité Audition" di Amplifon Francia è stata nominata come migliore campagna di sensibilizzazione alla cura dell'udito nella categoria "Campagne et prévention" del Prix Pleine Vie.

**CORRIERE DELLA SERA**

**statista**

ISTITUTO QUALITÀ TEDESCO ITQF

**A&F**  
la Repubblica

Il Sole **24 ORE**

**2021**  
Oscar di Bilancio  
63<sup>ra</sup> EDIZIONE

**SUSTAINALYTICS**  
a Morningstar company

## PRINCIPALI RATING ESG

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

**MSCI**

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



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



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



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



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



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

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

che un'estensione della scadenza del debito di Amplifon.

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

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

## I NOSTRI OBIETTIVI

---

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

---

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

---

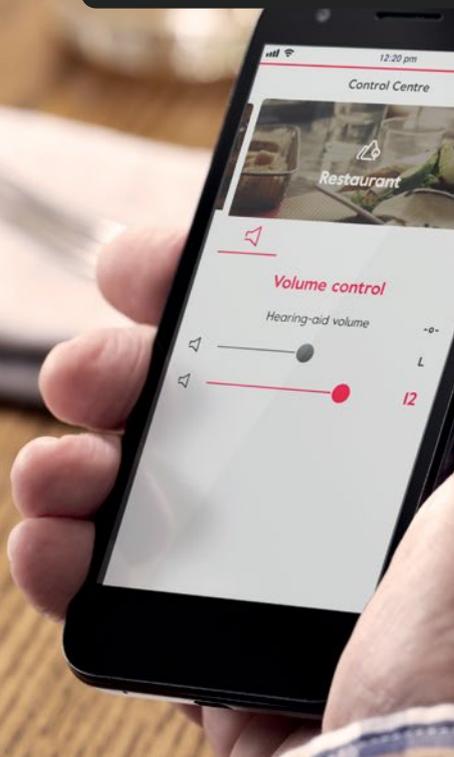
Promuovere soluzioni sempre più innovative, coinvolgenti e digitali

## CAPITOLO 02

# PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP



 **amplifon**



## 2.1 INNOVAZIONE E TECNOLOGIA PER ESPERIENZE STRAORDINARIE

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

### AMPLIFON PRODUCT EXPERIENCE

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

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

~89%

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



VAI ALLA PAGINA  
NUOVO  
PACKAGING  
ECOSOSTENIBILE  
DEI PRODOTTI  
AMPLIFON

## I PRODOTTI A MARCHIO AMPLIFON

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



**APPROFONDISCI**  
**LE FAMIGLIE**  
**DI PRODOTTI**  
**AMPLIFON**

### AMPLI-EASY

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



### AMPLI-MINI

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



### AMPLI-CONNECT

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



### AMPLI-ENERGY

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



## L'ECOSISTEMA MULTICANALE AMPLIFON



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



**APPROFONDISCI  
LE FUNZIONALITÀ  
DELL'APP  
AMPLIFON**

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

Tutto ciò rappresenta un enorme potenziale in termini di dati. Grazie all'App Amplifon, che nel 2021 ha aumentato la sua penetrazione<sup>19</sup> di circa quattro punti percentuali rispetto allo scorso anno, siamo in grado di avere accesso a moltissime informazioni sull'utilizzo dei dispositivi acustici da parte dei clienti ed utilizzarle per creare un'esperienza sempre più personalizzata. Un avanzato sistema di gestione dei dati, raccolti sia dall'esperienza virtuale che in negozio, ci permette così di costruire una mappa dei comportamenti e delle scelte d'acquisto, in grado di guidare la nostra offerta nella direzione determinata dal cliente, rendendo l'esperienza sempre più personalizzata e coinvolgente. Naturale evoluzione di tutto questo sarà una vera e propria piattaforma *e-health* che conetterà gli audioprotesisti ai clienti allo scopo di effettuare visite virtuali e *remote fine-tuning* dei dispositivi acustici.

~19%

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

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

## IL PROTOCOLLO AMPLIFON 360

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

Il successo della soluzione acustica dipende soprattutto dalla capacità dei nostri audioprotesisti di eseguire i test dell'udito, scegliere il dispositivo più adatto tra le tecnologie più avanzate ed effettuare una corretta applicazione. Oltre ad essere altamente qualificati, gli audioprotesisti costruiscono relazioni con i clienti attraverso il dialogo e l'ascolto, accompagnando le persone nel recupero della piena esperienza uditiva con un approccio *data-driven*. Sulla base di ciò abbiamo creato e sviluppato il protocollo di negozio Amplifon 360<sup>20</sup>, un percorso innovativo per la valutazione delle capacità uditive delle persone che, attraverso strumenti pionieristici e tecnologie *user-friendly*, aumenta il coinvolgimento del cliente nel processo di valutazione del suo profilo uditivo, migliorando l'analisi delle esigenze e degli stili di vita individuali.

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

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

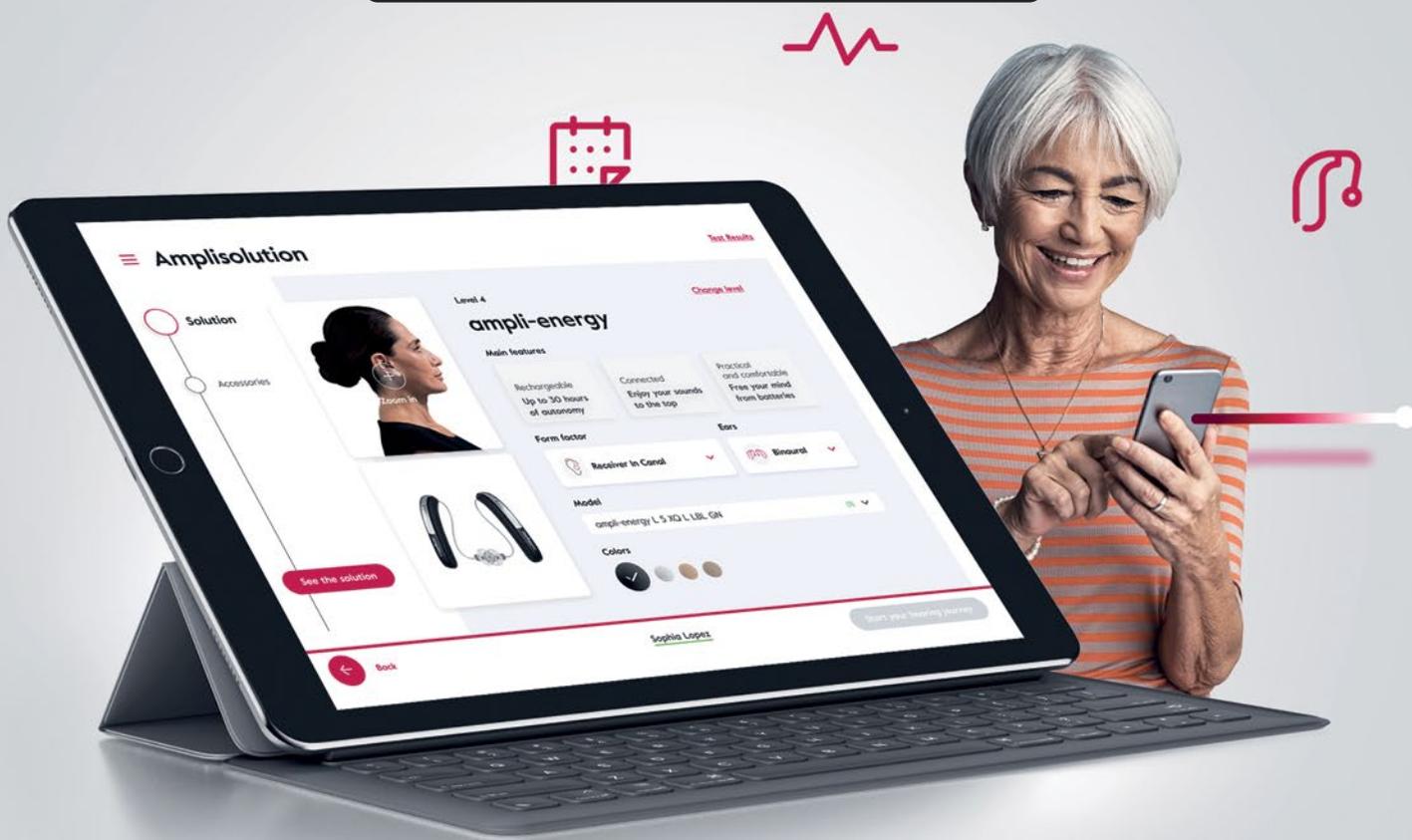


**APPROFONDISCI**  
**LE FASI DEL**  
**PROTOCOLLO**  
**AMPLIFON 360**

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



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



## AMPLI-CARE

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

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

## ESPERIENZA IMMERSIVA

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

## SOLUZIONI IPERPERSONALIZZATE

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

## SUPPORTO SEMPRE CONNESSO

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

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



### FORWARD THINKING VALUE AMPLIFON X

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

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

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

## LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

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

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

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

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

## NPS

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



## FORWARD THINKING VALUE

# UNIVERSITÀ BOCCONI E AMPLIFON PER INNOVARE LA CUSTOMER EXPERIENCE CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

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

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

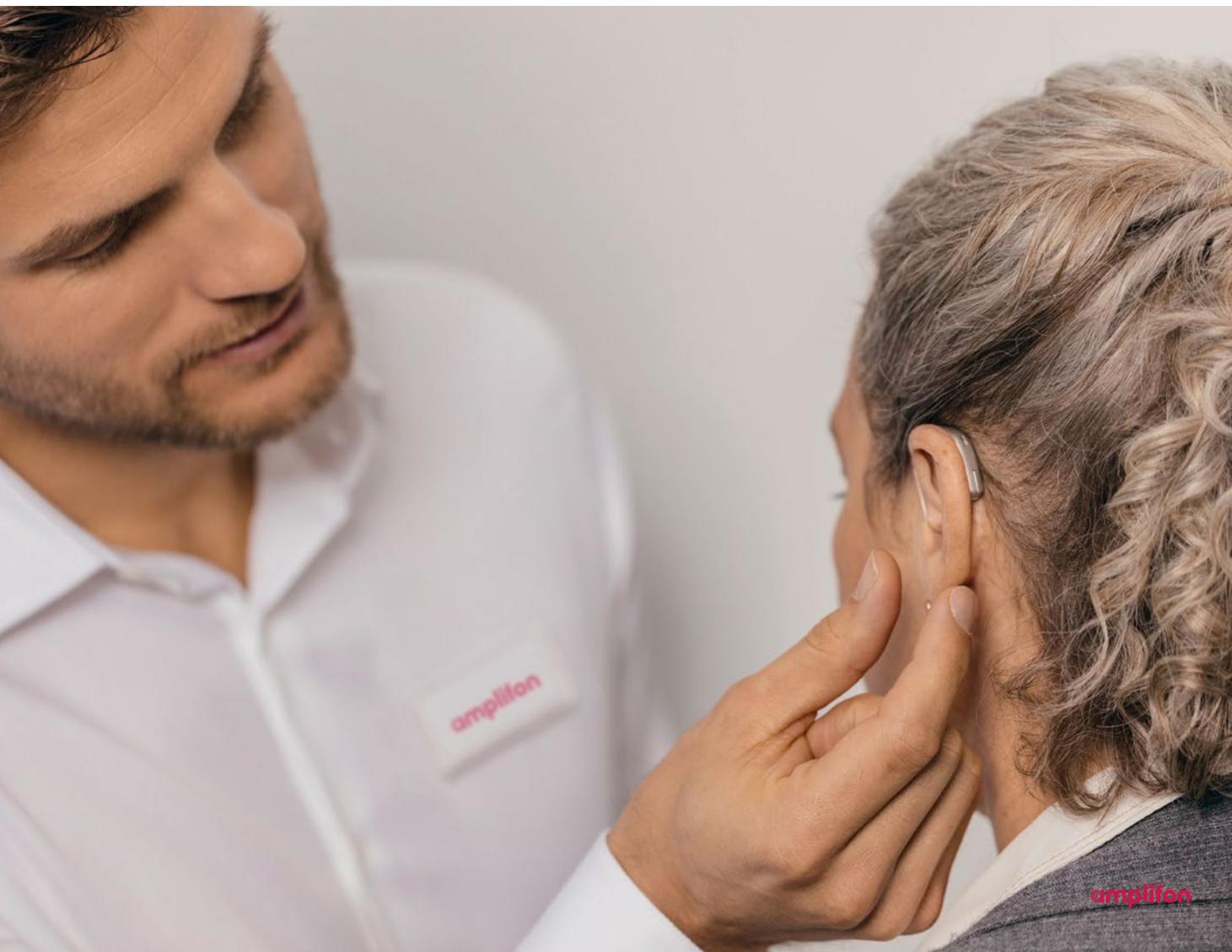
La cattedra, inaugurata con l'anno accademico 2021-2022, prevede un intenso programma di ricerca e iniziative che coinvolgeranno gli studenti in sfide didattiche che li metteranno in contatto diretto con la nostra realtà aziendale, in una logica di collaborazione di lungo periodo a testimonianza dell'impegno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



APPROFONDISCI

AMPLIFON CHAIR

IN CUSTOMER SCIENCE





## 2.2 ACCESSIBILITÀ A PRODOTTI E SERVIZI

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

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

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

330

NEGOZI

ACQUISITI DURANTE  
IL 2021

115

PUNTI VENDITA

TOTALI RAGGIUNTI  
IN CINA

+100

NEGOZI

IN PIÙ IN AUSTRALIA  
GRAZIE A BAY  
AUDIO

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

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

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

~200

MLN DI EURO

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



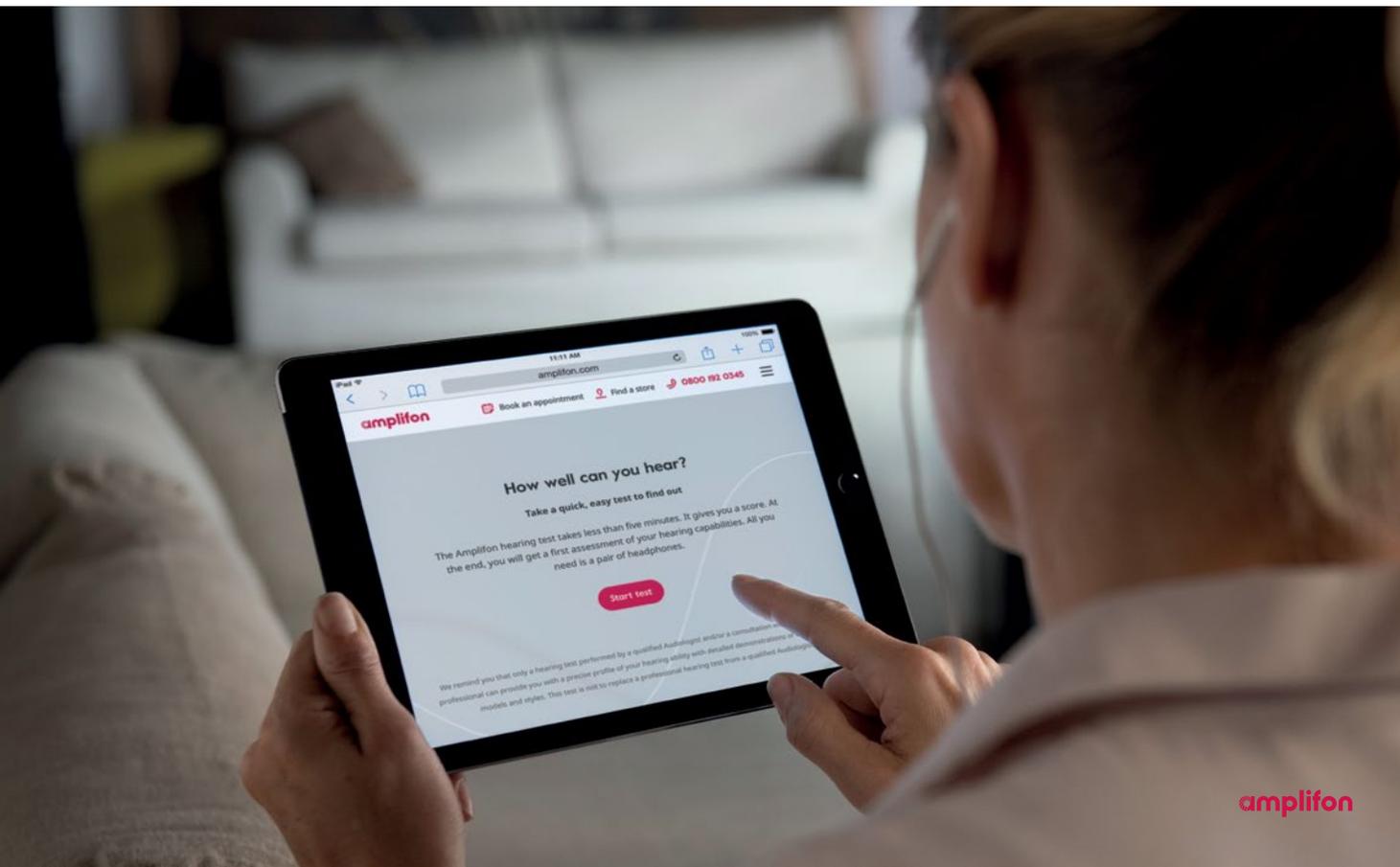
VAI ALLA PAGINA

LE NOSTRE  
CAMPAGNE DI  
SENSIBILIZZAZIONE  
PER LA CURA  
DELL'UDITO



APPROFONDISCI

UN APPROCCIO  
DATA DRIVEN PER  
SOLUZIONI SEMPRE  
PIÙ DIGITALI E  
COINVOLGENTI





## 2.3 QUALITÀ E SICUREZZA PER I CLIENTI

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

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

**EHIMA  
INGRESSO  
DI AMPLIFON  
NEL 2019**

### SICUREZZA DEL PRODOTTO

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

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

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

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

## SICUREZZA DEL SERVIZIO

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

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

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

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

**MONITORAGGIO  
ATTIVO NEI PAESI  
EUROPEI**

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

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

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



## 2.4 CYBERSECURITY E PRIVACY DEI DATI

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

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

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

**GDPR  
TOTALE  
CONFORMITÀ**

**TOOL PRIVACY  
MANAGEMENT  
ONETRUST  
IMPLEMENTATO  
NEL 2021**

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

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

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

~2.400

ORE TOTALI

DI TRAINING SU  
PRIVACY E GDPR  
EROGATE NEL 2021  
PER OLTRE 2.100  
DIPENDENTI

COMITATO  
PER LA  
CYBERSECURITY  
ULTERIORMENTE  
RAFFORZATO  
NEL 2021



VAI ALLA PAGINA

IL SISTEMA DI  
CONTROLLO  
INTERNO E DI  
GESTIONE DEI  
RISCHI

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

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

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

~8.700

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

**ISO27001 &  
HITRUST  
LE CERTIFICAZIONI  
CHE OTTERREMO**



# INVESTIAMO NEL TALENTO E NELL'INCLUSIONE AFFINCHÈ CHIUNQUE POSSA CRESCERE ED ESPRIMERE APPIENO IL PROPRIO POTENZIALE

## I NOSTRI OBIETTIVI

— Rafforzare le competenze di leadership e funzionali di tutti i dipendenti a livello globale

— Garantire una solida *pipeline* di successione per i ruoli chiave

— Garantire un *winning workplace* sano e inclusivo guidato dalla comunicazione e dal coinvolgimento

— Promuovere le pari opportunità a tutti i livelli aziendali

## CAPITOLO 03

# PEOPLE EMPOWERMENT



 **amplifon**



## 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 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.

### I TRE PILASTRI DELLA NOSTRA STRATEGIA HR



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



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



**Cultura aziendale unica e distintiva come elemento vincente nel mercato**

Nel 2021 sono proseguite diverse importanti attività con un forte impatto globale nell'ambito di ciascun pilastro della Strategia HR:

## HIGH PERFORMING ORGANIZATION

è stato portato avanti l'allineamento del *back office* alla blueprint organizzativa disegnata nel 2018, in particolare nelle funzioni Marketing, Finance e HR. Il crescente focus sull'innovazione ha portato alla creazione, all'inizio del 2022, di Amplifon X, una nuova divisione interamente dedicata allo sviluppo di soluzioni digitali che già oggi conta un organico di oltre 50 persone.

## PEOPLE EXCELLENCE

è proseguita a tutti i livelli organizzativi l'adozione del *Leadership Model*, il sistema capace di modellare i processi di gestione delle risorse umane, composto da sei competenze di leadership chiave. Sono stati consolidati diversi processi HR quali il *Performance Development Review* ed il *Talent Assessment*, ed è stata completata la mappatura a livello globale delle competenze e dei talenti della popolazione aziendale, nonché dei relativi piani di sviluppo individuali. Nel 2021, come ogni anno, abbiamo aggiornato il piano di successione per il Top Management, che prende in considerazione nominativi, tempi di "readiness", eventuali azioni di sviluppo e passaggi di carriera.

## WINNING CULTURE

abbiamo continuato a rafforzare la forte identità di Gruppo come "One Company". I dipendenti sono stati costantemente coinvolti in attività di comunicazione, *engagement* e *change management* a supporto della trasformazione e della crescita del business. Sono continuate altresì le attività volte a supportare il posizionamento di Amplifon come *employer of choice* attraverso la nuova *Employer Value Proposition*, e le attività di comunicazione interna volte a facilitare la condivisione di informazioni attraverso l'implementazione del nostro Global Internal Communication Framework.



[VAI ALLA PAGINA](#)

LA PERSONE  
DI AMPLIFON

AMPLIFON X



[VAI ALLA PAGINA](#)

LA CRESCITA  
DEI TALENTI

PERFORMANCE  
DEVELOPMENT  
REVIEW



[VAI ALLA PAGINA](#)

EMPLOYEE VALUE  
PROPOSITION

GLOBAL INTERNAL  
COMMUNICATION  
FRAMEWORK



## PERSONAL IMPACT VALUE

### SIAMO "TOP EMPLOYER 2022" PER TOP EMPLOYERS INSTITUTE

A fine 2021 **Amplifon ha ricevuto la certificazione "Top Employer EMEA 2022"**, rientrando nel programma di Top Employers Institute che, per il 2022, ha certificato e classificato più di 1.800 aziende "Top Employer" in 123 Paesi. Amplifon è stata certificata Top Employer 2022 per l'intera area Europa, ed in particolare in Italia, Francia, Germania, Spagna e Portogallo.

La Certificazione Top Employer è stata ottenuta a seguito della valutazione positiva delle *best practice* e strategie HR e della loro attuazione per contribuire al benessere delle persone, al miglioramento dell'ambiente di lavoro, all'offerta formativa e ai percorsi di carriera messi a

disposizione per i dipendenti. Il riconoscimento viene rilasciato alle aziende che raggiungono e soddisfano gli elevati standard richiesti dalla HR Best Practices Survey, che ricopre 6 macro-aree del *Employee Life Cycle*, tra cui People Strategy, Work Environment, Talent Acquisition, Learning, Well-being, Diversity & Inclusion.

La Certificazione Top Employer 2022 permette ad Amplifon di distinguersi e presentarsi come datore di lavoro d'eccellenza, e conferma l'importanza dei continui investimenti da parte della Società sul suo asset principale - le persone - a supporto della crescita globale del Gruppo.



## LE PERSONE DI AMPLIFON

**Così come indicato dalla nostra Policy di Sostenibilità, attrarre, sviluppare e trattenere i migliori talenti, e assicurare un ambiente di lavoro inclusivo e sicuro, è di fondamentale importanza per la crescita sostenibile del nostro Gruppo.**

L'organizzazione HR di Gruppo è strutturata per essere coerente con la nostra Strategia HR. I centri di eccellenza (CoE) Corporate hanno il compito di sviluppare strategie, processi, politiche e strumenti basati su pratiche all'avanguardia, fornendo soluzioni *end-to-end* che rispondano alle varie esigenze aziendali. I Business Partner HR (HRBP) collaborano con i leader aziendali per guidare i risultati di business attraverso iniziative dedicate, garantendo l'implementazione di strumenti e dei processi HR nell'organizzazione. In particolare, gli HRBP regionali/locali hanno responsabilità dirette sulle risorse in base alla specifica regione/Paese indipendentemente dalla funzione, mentre gli HRBP funzionali guidano l'agenda delle risorse umane per funzione assicurando coerenza, in particolare sulla gestione dei talenti, la progettazione organizzativa e le competenze funzionali. I centri di eccellenza e gli HRBP interagiscono costantemente tra di loro per garantire il miglior supporto al business e l'allineamento con gli obiettivi aziendali a tutti i livelli organizzativi, funzionali e geografici. Infine, i People Services sono figure dedicate all'*employee experience* e alla perfetta esecuzione di tutti i servizi per i dipendenti.

Al 31 dicembre 2021 l'organico di Amplifon è composto da 18.605 persone (dipendenti e collaboratori non dipendenti), **in aumento di oltre il 6% rispetto al 2020 e di circa il 9% rispetto ai livelli pre-pandemia del 2019**. Di questi, 12.587 sono dipendenti diretti di Amplifon, anch'essi in aumento di quasi il 12% rispetto al 2020 e di oltre il 14% rispetto al 2019, e distinti tra *field force*, ovvero la forza vendita che opera nei punti vendita dislocati sul territorio (circa l'80% dei dipendenti), e *back office*, di cui fanno parte i dipendenti impiegati principalmente nei dipartimenti Marketing, Retail Excellence, IT, Finance, HR, Procurement & Supply Chain, Legal e Communication (circa il 20% dei dipendenti). Rispetto al totale dell'organico, che comprende anche oltre 6.000 collaboratori non dipendenti, **gli audioprotesisti rappresentano la categoria più numerosa**, ovvero circa il 51%, divisi tra audioprotesisti dipendenti (5.884) e non dipendenti (3.586).

18.605

ORGANICO 2021  
(+6% VS 2020)

12.587

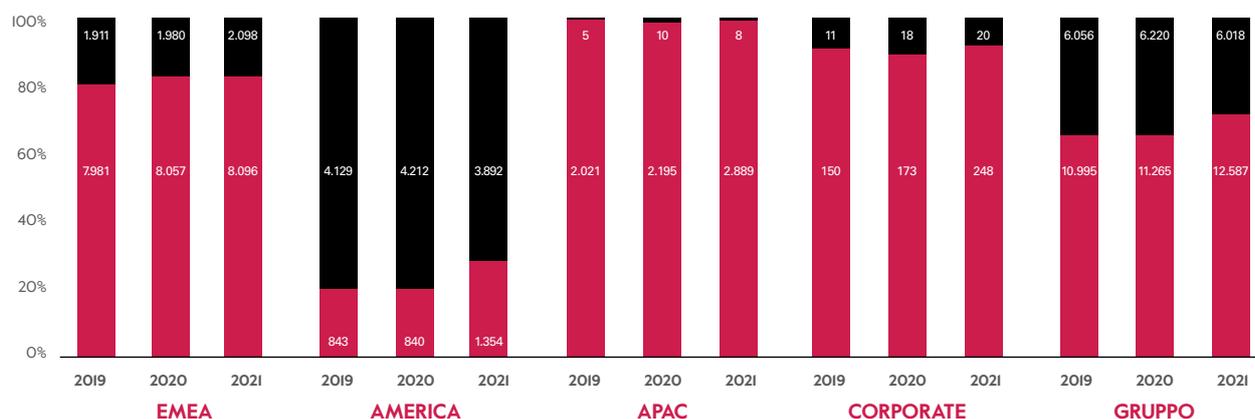
DIPENDENTI  
(+12% VS 2020)

9.470

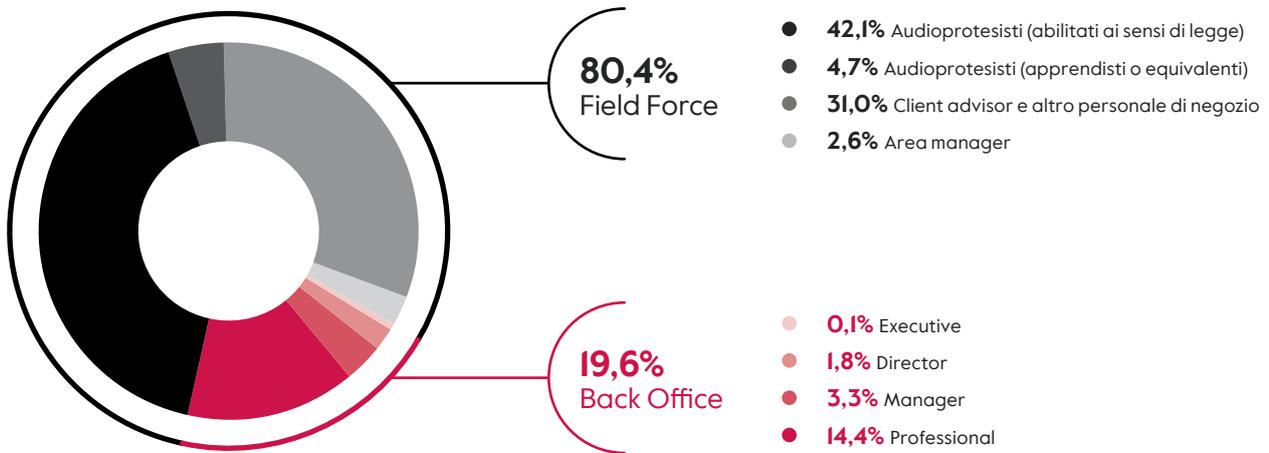
AUDIOPROTESISTI  
TOTALI  
(+4% VS 2020)

### DIPENDENTI E COLLABORATORI PER AREA GEOGRAFICA

■ Totale dipendenti ■ Totale collaboratori (non dipendenti)



## DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE (2021)



## DIVERSITÀ, INCLUSIONE E PARI OPPORTUNITÀ

Come indicato nel Codice Etico di Gruppo e nella Policy di Sostenibilità, **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 è la chiave per costruire un'organizzazione in grado di adattarsi all'evoluzione del contesto circostante e raggiungere performance 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 si impegna pertanto a promuovere il principio delle pari opportunità in tutti gli aspetti del rapporto di lavoro:

- **RECRUITING:** Assicuriamo di valutare sempre una rosa di candidati diversificata in termini di genere e età, e garantiamo che essi vengano poi selezionati solo in base alle loro competenze di leadership, di business e tecniche, conducendo un processo di selezione chiaro, trasparente, basato sull'evidenza e privo di qualsiasi parametro discriminatorio. I responsabili della selezione del personale sono formati per promuovere un processo di selezione senza pregiudizi (*bias-free*), e in tutto il materiale relativo al recruiting (es. job description) non sono mai menzionate caratteristiche personali o preferenze secondo il principio della non discriminazione. In tali processi, sono presenti percorsi di training specifici per chiunque sia coinvolto nei processi di selezione (Hiring Manager training).

- **FORMAZIONE:** Promuoviamo programmi di formazione e sviluppo che puntino a connettere diverse esperienze, background, funzioni e Paesi, affinché ciascuno possa costantemente ampliare i propri orizzonti, 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, promuovere comportamenti inclusivi *bias-free*, comunicare efficacemente rispetto alle diverse culture presenti nel Gruppo, incentivare il lavoro intergenerazionale e i team composti da diverse nazionalità (ad es. il Managing across cultures training).
- **VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE E COMPENSATION:** La valutazione delle performance individuali è basata su obiettivi e comportamenti valutati su una scala comune a livello globale, senza alcuna differenza in termini di geografia o genere, e 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 processo venga svolto in maniera *bias free*, come lo è anche il processo di Talent Review.

+3.800

ORE TOTALI  
DI TRAINING  
SU DIVERSITY  
& INCLUSION  
EROGATE NEL 2021  
PER OLTRE 1.900  
DIPENDENTI

+90

NAZIONALITÀ  
RAPPRESENTATE  
NELLA NOSTRA  
POPOLAZIONE  
AZIENDALE



#### PERSONAL IMPACT VALUE

### AMPLIFON ADERISCE AI WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES DELLE NAZIONI UNITE

All'inizio del 2022 **Amplifon ha aderito ai Women's Empowerment Principles (WEPs)** istituiti da UN Women e UN Global Compact, ovvero 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'uguaglianza 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 infatti 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.



APPROFONDISCI

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

In linea con i principi del UN Global Compact e con il Codice Etico, 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.

~210

DIPENDENTI  
APPARTENENTI  
A CATEGORIE  
PROTETTE O CON  
DISABILITÀ

A tutti i dipendenti sono assicurate pari opportunità e condizioni di lavoro eque. A conferma di ciò, oltre il 72% dei dipendenti al 31 dicembre 2021 è rappresentato da donne, in lieve aumento rispetto al 2020. **Le donne sono presenti in maniera consistente nell'intera Organizzazione:** nella popolazione *field force* il genere femminile rappresenta quasi il 77%, nella popolazione *back office* circa il 55%, mentre nei ruoli chiave della *global leadership population* le donne rappresentano circa il 30%.

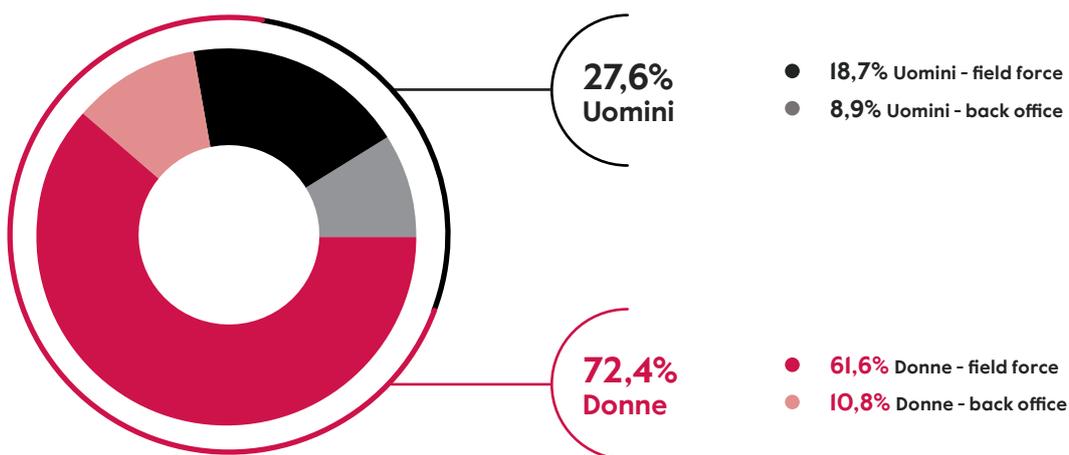
Oltre ad essere ben distribuito in termini di nazionalità e genere, **l'organico di Amplifon è anche vario in termini di età:** più della metà dei dipendenti (oltre il 57%) ha tra i 30 e i 50 anni, mentre i dipendenti al di sotto dei 30 anni e al di sopra dei 50 anni rappresentano rispettivamente il 22% e il 21% del totale. La fascia di età 30-50 anni, oltre ad essere la più rappresentata all'interno della popolazione *field force* (corrisponde a circa il 56%), lo è anche nella popolazione *back office* (in cui rappresenta oltre il 63%): in particolare, oltre l'80% dei *Director* e dei *Manager* hanno tra 30 e 50 anni, così come oltre il 57% dei *Professional*.

**+72%**  
DI DONNE TRA I  
DIPENDENTI 2021

**~30%**  
DI DONNE  
NELLA GLOBAL  
LEADERSHIP  
POPULATION

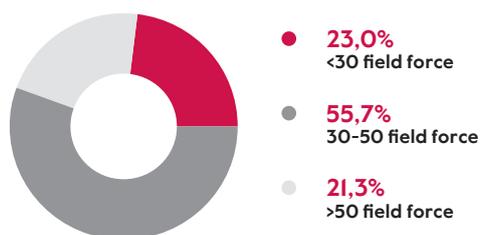
**+57%**  
DI DIPENDENTI  
HANNO TRA 30  
E 50 ANNI

### DIPENDENTI PER GENERE E TIPOLOGIA DI POPOLAZIONE (2021)

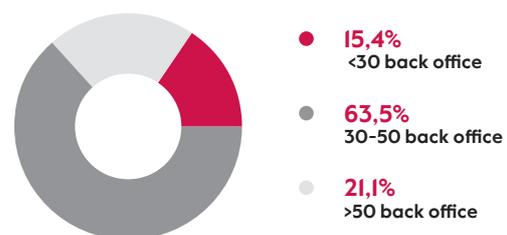


### DIPENDENTI PER FASCIA DI ETÀ E TIPOLOGIA DI POPOLAZIONE (2021)

#### FIELD FORCE



#### BACK OFFICE



## UGUAGLIANZA RETRIBUTIVA

In Amplifon crediamo molto 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. A testimonianza di ciò, a partire dal 2021 abbiamo svolto una prima analisi di monitoraggio del c.d. **gender pay gap**, tenendo in considerazione dei differenti cluster organizzativi<sup>21</sup> tali da valutare la diversa complessità organizzativa dei singoli ruoli. Tale analisi neutralizza infatti gli effetti derivanti da differenze di complessità di ruolo, secondo il principio delle Nazioni Unite "pari retribuzione a parità di lavoro", e consente precisione e obiettività nella valutazione delle relative evidenze. Le analisi condotte hanno dimostrato come, 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 2021 risulti molto equilibrato sia per i ruoli apicali sia per il resto della popolazione aziendale**<sup>22</sup>. La politica di Remunerazione di Amplifon, infatti, si fonda 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 specifici piani di neutralizzazione a seguito del processo di *salary review*.

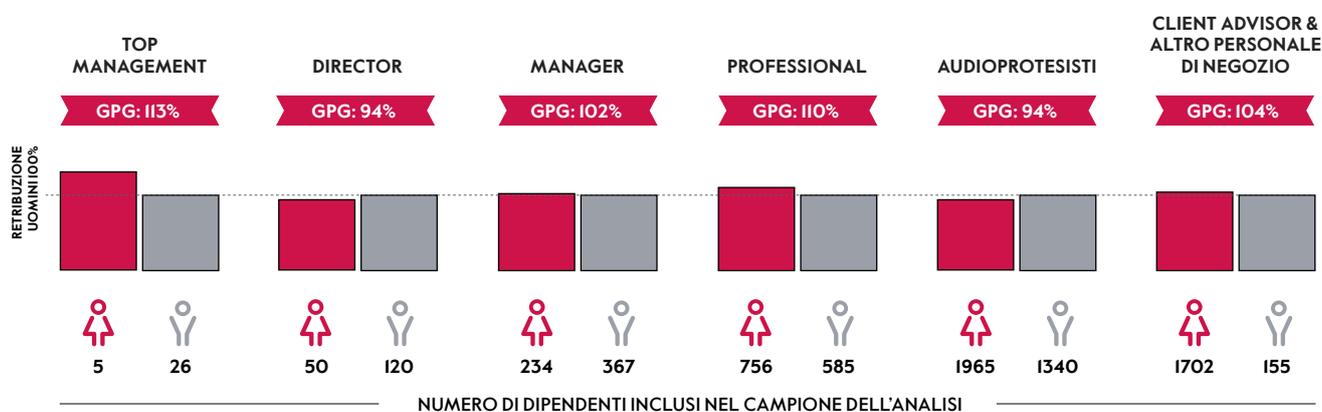


**VAI ALLA PAGINA  
POLITICA DI  
REMUNERAZIONE**

### GPG (GENDER PAY GAP)

RAPPORTO DELLA REMUNERAZIONE MEDIA FISSA TRA DONNE E UOMINI

■ DONNA (REMUNERAZIONE FISSA)  
■ UOMO (REMUNERAZIONE FISSA)



## 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

**~41%**

**DEI DIPENDENTI  
CON CONTRATTO  
COPERTO DA  
ACCORDI DI  
CONTRATTAZIONE  
COLLETTIVA**

21 - Ai fini delle analisi del *gender pay gap* sono stati individuati 6 cluster organizzativi: Top Management (composto dagli Executive 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.

22 - Al fine di garantire un'elevata qualità del dato, le analisi condotte hanno riguardato il 58% dei dipendenti, escludendo il personale part-time, gli Internship & Apprenticeship, il personale con contratto a tempo determinato, e una parte della forza lavoro attiva nei Paesi minori.

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 equivalenti<sup>23</sup>.

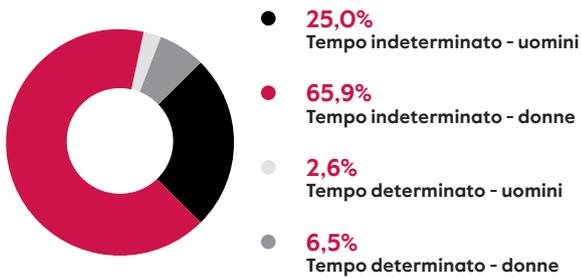
A testimonianza dell'impegno ad assicurare e rafforzare la stabilità del lavoro e ad investire con una prospettiva di lungo termine nel capitale umano, nel 2021 quasi il 91% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato e per soddisfare le esigenze personali dei dipendenti è offerta la possibilità di lavoro part-time. In linea con il 2020, infatti, anche nel 2021 circa il 27% dei dipendenti gode di questa tipologia di impiego.

~91%  
DEI DIPENDENTI  
HANNO UN  
CONTRATTO  
A TEMPO  
INDETERMINATO

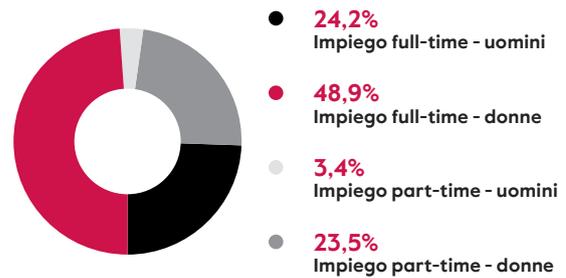
~27%  
DEI DIPENDENTI  
GODE DI UNA  
TIPOLOGIA DI  
IMPIEGO PART-TIME

## DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO DI LAVORO, TIPOLOGIA DI IMPIEGO E GENERE (2021)

TIPOLOGIA DI CONTRATTO



TIPOLOGIA DI IMPIEGO



## BENEFIT

Garantiamo a tutti i nostri dipendenti orari di lavoro flessibili 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 l'offerta di *employee benefit* viene migliorata con l'obiettivo di essere in linea con i requisiti di *compliance* locali e internazionali, posizionando Amplifon come un *fair employer* per le proprie persone e garantendo, al contempo, che gli *employee benefit* siano considerati come una leva chiave nell'ambito della *Total Reward Strategy* della Società, fondamentale per aumentare la capacità di attrarre e trattenere talenti.

L'offerta dei nostri *employee benefit* è orientata ai bisogni e alle motivazioni della persona, individuando una serie di linee di azione che permettono di costruire delle soluzioni ritagliate sui singoli individui. Il nostro programma

23 - Alla totalità dei dipendenti di Francia, Spagna, Italia, Belgio e Olanda si applicano contratti di lavoro collettivi o equivalenti. Questi si applicano parzialmente anche ai dipendenti in Australia (dove la normativa vigente prevede che i contratti di lavoro collettivi o equivalenti si applichino solo al personale impiegato nei call center) e in Argentina.

di iniziative/servizi differenziati, dedicato al benessere delle persone di Amplifon, è finalizzato a contribuire alla responsabilità sociale d'impresa e alla creazione di valore duraturo e sostenibile per i dipendenti, le loro famiglie e il territorio in cui vivono. I nostri programmi di benefit hanno infatti la finalità di trarre in considerazione i seguenti obiettivi:

- 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 di esempio, si segnala il programma di *flexible benefit* offerto ai dipendenti di Amplifon S.p.A. e Amplifon Italia, che prevede l'assegnazione a ciascuna risorsa di un ammontare di punti da utilizzare per l'acquisto di beni e servizi a propria scelta nell'ambito di un ampio e variegato paniere (educazione, intrattenimento, servizi alla persona, ecc.). Il programma prevede, attraverso l'accesso ad un tool digitale, di poter usufruire di servizi differenziati sulle necessità delle persone:

- per il supporto alla genitorialità (rimborsi per le spese sostenute per l'educazione dei figli, asili nido, scuole d'infanzia, scuole primarie e secondarie, corsi di laurea, master, centri creativi, ludoteche, ecc.);
- per la cura di sé e la gestione del tempo (palestra, viaggi, eventi, formazione personale, ecc.);
- per chi è *caregiver* (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 i luoghi di ricovero, ecc.);
- per la salute dei nostri dipendenti e per quella dei propri cari (rimborsi per le spese sostenute per visite mediche specialistiche, farmaci e prodotti omeopatici, acquisto e noleggio di dispositivi medici, ecc.).

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 delle iniziative recentemente promosse in tema, il Gruppo ha inoltre introdotto per i propri lavoratori espatriati un'assicurazione sanitaria globale che prevede un piano di benefit ideato per tale fascia di popolazione. La polizza garantisce infatti per l'espatriato e i suoi familiari un adeguato livello di copertura sanitaria durante la permanenza all'estero in tutti i paesi del mondo.



## YOUR VOICE: L'ENGAGEMENT SURVEY DI AMPLIFON

Crediamo fermamente nell'importanza di valutare regolarmente 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 *engagement* globale chiamato "Your Voice". A seguito dei risultati, vengono progettati e implementati piani d'azione globali, locali e funzionali, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di tutti i dipendenti. 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. Il tasso di partecipazione risulta in linea con il *benchmark* target fornito dal provider globale,

considerando anche il gran numero di negozi acquisiti nei mesi precedenti alla survey in cui, essendo il processo di integrazione ancora in corso, il tasso di risposta è stato fisiologicamente più basso. L'88% dei dipendenti del Gruppo ha espresso un giudizio positivo sull'azienda: anche in questo caso, tale indicatore è stato influenzato dalle numerose acquisizioni effettuate, sia in termini di negozi sia di Business Unit. Infatti, a parità di perimetro rispetto all'edizione 2019, nel 2021 è stato raggiunto il target del 90%.

Nel 2021 gli intervistati hanno dimostrato un forte legame con il *Purpose* di Amplifon, dichiarando di sentirsi responsabili del proprio lavoro e di comprendere il proprio contributo al successo dell'Azienda. Inoltre, i partecipanti hanno evidenziato l'importanza dell'innovazione dei prodotti e servizi offerti da Amplifon, a conferma della centralità dell'offerta del cliente nella vita quotidiana di Amplifon. Dopo l'edizione 2021, il 2022 sarà dedicato allo sviluppo e all'esecuzione dei piani d'azione la cui attuazione proseguirà anche nel 2023 in vista di una nuova indagine prevista per novembre 2023.



## GLOBAL INTERNAL COMMUNICATION FRAMEWORK

In Amplifon, una comunicazione interna regolare, 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 abilitanti siano continuamente sviluppate e implementate. Tutti i Leader di Amplifon una volta all'anno si incontrano per **ONEamplifon**, la *Global Leadership Conference*. Ogni trimestre, inoltre, si incontrano virtualmente nei Leadership Touchpoint per condividere gli aggiornamenti

aziendali e i progetti chiave, che vengono a loro volta condivisi a cascata nell'Organizzazione attraverso i Townhall, durante i quali sono anche presentate altre iniziative e *routine* locali specificamente indirizzate alla *field force*. All'interno dell'Organizzazione, inoltre, tutte le funzioni implementano *routine* verticali globali e locali, comprese le *global functional conferences* che mirano a promuovere l'allineamento della strategia e l'aggiornamento sui progetti chiave. 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.

**ONE**amplifon

**Leadership**  
(( TOUCHPOINT ))

**Corporate**  
(( TOWNHALL ))



## 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.**

Come parte di entrambi i pilastri *People Excellence* e *Winning Culture* della Strategia HR globale, abbiamo elaborato una strategia differenziata di *attraction* e *acquisition* per le due popolazioni chiave, audioprotesisti e responsabili relazioni clienti da un lato, e *professional* e *manager* dall'altro, con l'obiettivo di assicurare una solida *pipeline* di talenti per supportare la crescita futura del Gruppo. Per questo motivo, la strategia è definita a livello *Corporate* ed è conseguentemente implementata a cascata a livello locale affinché sia garantita una *candidate experience* unica in tutti i Paesi in cui operiamo.

### EMPLOYEE VALUE PROPOSITION

Nel 2021 abbiamo continuato a lavorare sull'*attraction* dei talenti facendo sempre fede alla nostra *Employee Value Proposition* (EVP). L'EVP descrive l'essenza di Amplifon come datore di lavoro, e serve a far conoscere il mondo e la cultura Amplifon ai potenziali candidati, con 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 la nostra *Purpose* aziendale.



## STRATEGIA DI TALENT ATTRACTION

A causa della crisi pandemica, nel 2021 la strategia di *talent attraction* è stata prevalentemente veicolata attraverso canali digitali. *Career days, webinars, workshops, project work*, programmi di *shadowing* e *mentorship* sono state le principali attività che hanno visto circa 7.000 studenti e neolaureati coinvolti. Tutte queste attività hanno avuto un unico comune denominatore: far conoscere Amplifon e le sue opportunità, ma soprattutto aiutare le giovani generazioni nella crescita professionale e personale nella consapevolezza che le aziende come Amplifon hanno un ruolo importante nel formare i leader di domani.

Il 2021 ha visto anche il consolidamento delle partnership con CEMS e Junior Enterprises Italy. CEMS è un network internazionale di 34 esclusive business school e 68 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 108 diverse nazionalità. Junior Enterprises Italy è un'associazione no profit, presente in 25 università italiane con un network di oltre 2.200 studenti, 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 AIESEC, la più grande associazione studentesca al mondo che conta una rete di oltre 100.000 studenti provenienti da più di 2.400 università, e 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). Infine, per avere un approccio proattivo anche su talenti esterni, nel corso del 2021 sono state instaurate collaborazioni con alcune rinomate società di *executive search* per selezioni mirate in area Marketing, IT, Retail Excellence e General Management.

Nel 2021 Amplifon e Università Bocconi hanno firmato un accordo per l'istituzione dell'**Amplifon Chair in Customer Science**, una cattedra nata allo scopo di approfondire la comprensione del cliente e del suo percorso di acquisto e fidelizzazione attraverso i più avanzati strumenti di *computer science* e intelligenza artificiale. L'attività della cattedra prevede un intenso programma di ricerca e iniziative che coinvolgono gli studenti in sfide didattiche che li mettono in contatto diretto con la realtà aziendale.

~7.000

STUDENTI E  
NEOLAUREATI  
COINVOLTI  
NEL 2021 NELLE  
ATTIVITÀ DI TALENT  
ATTRACTION

CEMS  
JUNIOR  
ENTERPRISE  
ITALY  
PARTNERSHIP  
CONSOLIDATE  
NEL 2021



VAI ALLA PAGINA

AMPLIFON CHAIR  
IN CUSTOMER  
SCIENCE



## AMPLIFON RECORDS GRADUATE PROGRAM

Nel 2021 è stata lanciata la prima 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'HQ 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.



## EARNED & OWNED MEDIA

I *media* proprietari rappresentano uno strumento sempre più rilevante per farci conoscere e per proporre i nostri valori aziendali, e hanno un ruolo sinergico a quello rappresentato dai media tradizionali e digitali. Il contesto socio-sanitario ha impresso un'ulteriore accelerazione all'evoluzione della nostra comunicazione dedicata alle attività di *Employer Branding*, che si è dedicata allo sviluppo di contenuti espressamente pensati per gli *owned media* (le nostre pagine dei principali *social network* e i nostri siti di Gruppo) che sono risultati fondamentali per veicolare i messaggi di attrattività della Società e del settore e per mantenere attiva una conversazione con i candidati. Proprio con l'obiettivo di essere un punto di riferimento per la nostra *community*, abbiamo condiviso contenuti altamente diversificati, facendo leva sul coinvolgimento attivo del nostro Top Management e di tutta l'Organizzazione. Nel corso dell'anno, anche grazie al programma globale di "*Social Leadership Program*", abbiamo ottenuto un incremento sostanziale dei nostri KPI di riferimento sulle piattaforme social.

Il nostro sito Career, che a fine 2021 ha compiuto due anni in questa sua nuova veste di *hub* globale dedicata alle opportunità di carriera all'interno di Amplifon, ha concluso l'anno registrando un aumento del 68% di visitatori e del 28% di pagine visitate rispetto al 2020, confermando così il proprio ruolo determinante per creare una *candidate experience* unica e avvincente in tutto il mondo e per affermare Amplifon come *employer of choice*.

+17%

DELLA FOLLOWER  
BASE DEI NOSTRI  
SOCIAL MEDIA  
RISPETTO AL 2020

+55%

DI VISUALIZZAZIONI  
DEI NOSTRI POST  
SUI SOCIAL MEDIA  
RISPETTO AL 2020

68

LE INTERVISTE  
E SPEAKING  
OPPORTUNITIES  
DEL NOSTRO TOP  
MANAGEMENT

+68%

I VISITATORI DEL  
SITO CAREER  
RISPETTO AL 2020



## IL NOSTRO PROGRAMMA DI GLOBAL ONBOARDING

Anche nel 2021 ha avuto luogo, in forma Digitale, arrivando alla sesta edizione, l'Amplifon Global Onboarding (DaGO). Il programma è costruito attorno a diversi momenti che permettono di conoscere le diverse funzioni del Gruppo, interfacciarsi con la prima linea del CEO, e conoscere le opportunità di sviluppo e formazione che il Gruppo mette a disposizione. L'edizione 2021, svoltasi in due diversi momenti (Atlantic e Pacific) per abbracciare i diversi fusi orario, ha coinvolto nel corso dell'anno 126 dipendenti *back office*.



## LA CRESCITA DEI TALENTI

**Dedichiamo molto tempo e risorse ai programmi di formazione per una vasta gamma di opportunità di apprendimento e di sviluppo professionale, affinché chiunque possa realizzare appieno il proprio potenziale.**

Amplifon offre programmi di formazione e sviluppo a tutti i dipendenti, sia a livello regionale o nazionale, sia a livello globale. Un'offerta ampia e differenziata permette di rispondere alle esigenze e ai requisiti locali, consentendo al tempo stesso ai propri dipendenti e collaboratori 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.

## AMPLI ACADEMY

Sulla base del Leadership Model di Amplifon, continua il rafforzamento dell'Ampli Academy su tutta la popolazione *back office*. L'Ampli Academy è una piattaforma che racchiude l'offerta di sviluppo e formazione pensata per essere attivata per tutta la popolazione aziendale e clusterizzata sulla base delle specifiche esigenze di segmenti di popolazione o Paese. Nel 2021, 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**.

L'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 i cambiamenti di Amplifon. Questo perché, indipendentemente dalla collocazione organizzativa, tutti i dipendenti prendono quotidianamente decisioni e tanto più completa è la comprensione dell'organizzazione e dei suoi obiettivi tanto più queste decisioni saranno in linea con essa;
- **DIGITAL EMPOWERMENT:** crediamo che la tecnologia sia un'opportunità per efficientare attività ripetitive ma necessarie, permettendo alle persone di focalizzarsi su attività dove creatività, ingegno, e pensiero non lineare permettono di ottenere il massimo impatto positivo;
- **CONNECT:** la *diversity* per Amplifon non è uno slogan ma un'opportunità per analizzare situazioni e progetti da diversi punti di vista, assicurando una esecuzione solida e sostenibile. Per questo, programmi con il *mentoring* o il *change management* puntano a connettere diverse esperienze, *background*, funzioni e Paesi, per far sì che ognuno possa costantemente ampliare i propri orizzonti e area di comfort;
- **LEAD:** per essere una "High Performing Organization" è fondamentale che i *people manager* e i *people leader* operino da facilitatori nell'abilitare le piene potenzialità dei propri team. Per questo, Amplifon ha strutturato diversi programmi di crescita che coprono diversi livelli, da manager a leader, della propria popolazione.

**AMPLI  
ACADEMY  
È STATA LANCIATA  
NEL 2020**

~18.000

**ORE TOTALI  
DI TRAINING SUI  
TEMI DI DIGITAL  
TRASFORMATION  
EROGATE NEL 2021  
PER OLTRE 9.600  
DIPENDENTI**



### EVERYDAY EXCELLENCE VALUE DIGITAL CITIZENS E DIGITAL LAB

Facendo seguito al Digital Readiness Assessment del 2020, nel 2021 è stato costruito un percorso per rafforzare le competenze e le esperienze digitali dei collaboratori Amplifon. In ognuno dei quattro trimestri del 2021 ci si è focalizzati su un'area specifica andando ad abbracciare le tematiche "Cyber Security", "Digital Mindset", "Digital Workplace" e "Digital Transformation". Ogni area ha portato opportunità formative

in e-learning ma anche momenti globali di confronto e workshop su tematiche specifiche. Per i più interessati vi è stata inoltre la possibilità di partecipare a dei "Digital Lab", che hanno permesso di comprendere meglio l'impatto che la digitalizzazione sta avendo nelle nostre vite, ottenere spunti e stimoli per sperimentare nuove soluzioni e idee nei nostri ambienti di lavoro.

Nel 2021 abbiamo investito in oltre 340.000 ore di formazione per i dipendenti, per un totale di oltre 30 ore a persona annue, considerando sia la popolazione *back office* che *field force*. Considerando oltre ai dipendenti anche i collaboratori non dipendenti, il totale delle ore di formazione erogate nel 2021 ammonta a circa 367.000. 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 2021 essi hanno ricevuto in totale oltre 210.000 ore di formazione, in media quasi 33 ore ciascuno.

+340.000

ORE DI  
FORMAZIONE  
PER I DIPENDENTI

+210.000

ORE DI  
FORMAZIONE  
PER GLI  
AUDIOPROTESISTI

## 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 2021 è stata ampliata l'offerta dei *Leadership Program* esistenti, rivisitandoli nei contenuti e nel format. Questo non solo per assicurare coerenza con il percorso di trasformazione del Gruppo, ma anche con i processi HR, il *Leadership Model* e l'*Amplifon Employee Experience*. Hanno avuto luogo i LEAD the Future, LEAD the Way, BE Manager, BE Leader e RIDE the Change in collaborazione con primari istituti di formazione:

- **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'abilitazione 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.



## PERSONAL IMPACT VALUE RIDE THE CHANGE

La terza edizione di RIDE the Change, ancora in corso, ha visto la partecipazione di 21 giovani dipendenti di 8 Paesi diversi. A fine 2021, i partecipanti sono entrati in un percorso di formazione che ha coperto tematiche digital, dalla collaborazione tra team remoti alla digital reputation e influencing, il tutto grazie ad una piattaforma di gamification, a cui è seguita l'elaborazione di proposte per introdurre nuove soluzioni innovative in diversi ambiti del business di Amplifon.

Nella seconda fase, team altamente diversificati sono stati coinvolti in un laboratorio su veri e propri business case sponsorizzati dal General Manager di Otohub (società Digital

parte del Gruppo), con l'obiettivo di generare idee innovative per rafforzare la leadership di Amplifon nel settore dell'udito. La terza fase, prevista per la prima parte del 2022, sarà un laboratorio basato sul vissuto del 2021, anno in cui la collaborazione digitale è stata portata agli estremi, per creare un'esperienza in cui parte "fisica" e "digitale" coincideranno, consolidando così i cambiamenti che rimarranno nel futuro.





## 3.3 SVILUPPO DI CARRIERA E RICONOSCIMENTO

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

### SVILUPPO DI CARRIERA

L'esperienza offerta da Amplifon deve essere unica per tutte le risorse. Per questo, in linea con il programma di *people management*, sono stati creati 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 loro percorso di sviluppo e carriera. L'obiettivo è accompagnare tutti verso la crescita e il successo, partendo dalle caratteristiche e dalle ambizioni di ogni persona. Credendo 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, Amplifon ha altresì implementato una **Global Mobility Policy** competitiva.

Il successo continuo di Amplifon dipende dalla capacità dei dipendenti di mantenere i più elevati standard di performance nei propri ruoli, in linea con gli obiettivi aziendali. 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, consentiamo a tutti la valutazione delle proprie performance con criteri trasparenti rispetto al raggiungimento dei propri obiettivi.

**OBIETTIVO**  
ACCOMPAGNARE  
TUTTI I DIPENDENTI  
VERSO LA CRESCITA

## PERFORMANCE DEVELOPMENT REVIEW

Come ogni anno, anche nel 2021 si è svolto il processo di Performance Development Review (PDR) per il personale *back office* e di *field force* del Gruppo, al fine di valutare 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*.

Il processo è guidato da una policy formalizzata a livello di Gruppo e, 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, da un lato, fornire ai *Director* e ai *Manager* una chiara comprensione del loro ruolo nella crescita professionale delle loro persone e, dall'altro, dare ai *Professional* una forte consapevolezza del ruolo che possono svolgere nella propria crescita e sviluppo in Amplifon.

A supporto del processo di sviluppo dei dipendenti continuano regolarmente, su base mensile, le sessioni di formazione relative al Leadership Model, mentre campagne di comunicazione dedicate e momenti collettivi (You@Amplifon) avvengono poco prima di ogni momento chiave del processo. Le sessioni organizzate nel 2021 hanno avuto come focus, tra gli altri, la definizione degli obiettivi, il sistema di riconoscimento e la gestione dei feedback in fase di valutazione.

A livello di Gruppo, nel 2021 l'87% dei dipendenti è stata inclusa nel processo di valutazione della performance, corrispondente a oltre l'88% delle donne e a oltre l'83% degli uomini. Tale numero è estremamente soddisfacente in quanto prevede l'esclusione dei soli dipendenti che per circostanze specifiche non possono rientrare nel processo (ad esempio dipendenti in congedo lungo per maternità/paternità o in aspettativa, e dipendenti con contratti di studio-lavoro che prevedono meccanismi di valutazione differente, tra cui gli audioprotesisti in apprendistato in alcuni Paesi).

## POLITICA DI REMUNERAZIONE

Crediamo nel concetto di retribuzione basata sulla performance e ci impegniamo a riconoscere i contributi più brillanti sia in termini di risultati economici che di servizio al cliente. 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 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.

~60

SESSIONI DI FORMAZIONE ON-LINE RELATIVE AL LEADERSHIP MODEL

~1.500

DIPENDENTI COINVOLTI NEL 2021 NELLA FORMAZIONE RELATIVA AL LEADERSHIP MODEL

~87%

DEI DIPENDENTI HANNO RICEVUTO LA VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE

~36%

DEI DIPENDENTI BACK OFFICE SONO STATI VALUTATI COME TALENTS & HIGH PERFORMERS



APPROFONDISCI

POLITICA DI REMUNERAZIONE

Nel corso del 2020 Amplifon si è dotata di ulteriori leve attraverso cui **garantire l'allineamento della Politica di Remunerazione alla propria 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 proprio Top Management (Amministratore Delegato/Direttore Generale e Dirigenti con Responsabilità Strategiche).



**VAI ALLA PAGINA  
PIANO DI  
SOSTENIBILITÀ**

Con particolare riferimento al meccanismo di incentivazione dell'MBO, si specifica che 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, che varia da 0% a 120% in base al raggiungimento degli obiettivi individuali legati al processo di Performance Development Review (PDR). Il raggiungimento degli obiettivi individuali viene misurato attraverso specifici KPI rappresentati da metriche proprie della funzione di riferimento, **tra cui almeno uno ancorato ai target del nostro Piano di Sostenibilità**. Tali obiettivi sono quindi inseriti per l'Amministratore Delegato/Direttore Generale, così come per gli altri Dirigenti con Responsabilità Strategiche, all'interno del proprio PDR, al fine di valutarne la performance individuale su tali tematiche.

A conferma della crescente attenzione di Amplifon per le tematiche di sostenibilità, nel corso del 2021 abbiamo inoltre attivato un'approfondita riflessione in merito alla definizione di un nuovo strumento di remunerazione premiante destinato, in prima istanza, all'Amministratore Delegato/Direttore Generale, e finalizzato a creare un forte legame con la creazione di valore per gli azionisti e tutti i nostri stakeholder. 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, al fine di incentivare un maggior allineamento tra gli interessi del management e quello degli azionisti. Tale finalità è infatti garantita dalla possibilità per l'Amministratore Delegato/Direttore Generale di co-investire una parte del proprio MBO in azioni Amplifon, consentendo a quest'ultimo di avvantaggiarsi dell'auspicato successo del Gruppo nel triennio, attraverso un sistema di matching<sup>24</sup>.

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

Nell'ambito della nostra Politica di Remunerazione, abbiamo definito un sistema di incentivazione di breve termine, 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 nostro sistema di incentivazione di breve termine (MBO) risulta molto ampia (per il 2021 circa 220 beneficiari, 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 il Gruppo opera, inoltre, sono 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.

~220

**BENEFICIARI  
DEL PIANO DI MBO  
NEL 2021**

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

La nostra Politica di Remunerazione prevede inoltre un sistema di incentivazione 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 il nuovo 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 2021, 93 persone hanno beneficiato del piano LTI (nel 2020 erano 74).
- 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, 71 persone hanno beneficiato del piano AEA (nel 2020 erano 56).

164

BENEFICIARI  
DEL PIANO DI  
STOCK GRANT  
2019-2025 NEL 2021



### EVERYDAY EXCELLENCE VALUE CHARLES HOLLAND AWARD

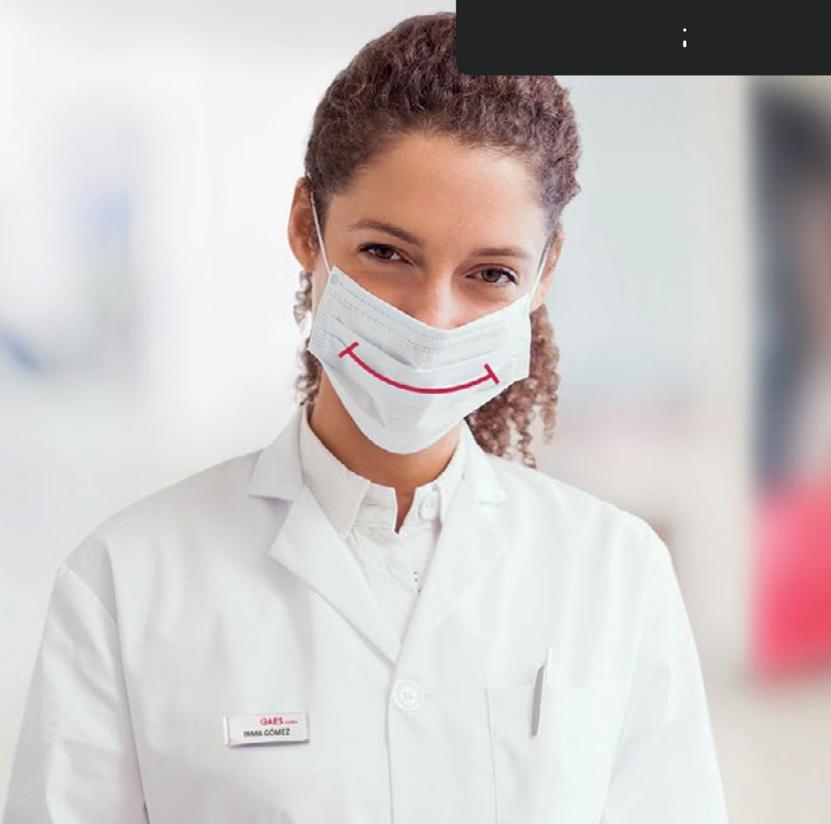
Riconosciamo le performance migliori a livello individuale e di team. Per questo, ogni anno assegniamo, in ciascun Paese in cui operiamo, un premio ai circa 50 migliori negozi che si distinguono per la loro capacità di assistere e soddisfare al meglio le esigenze dei nostri clienti, ispirati dai nostri valori. Il premio Charles Holland Award è il più importante riconoscimento dell'eccellenza del nostro network. Istituito nel 2011, il premio prende il nome dal fondatore di Amplifon. Dalla sua introduzione, centinaia di punti vendita hanno ottenuto il prestigioso trofeo.



### EVERYDAY EXCELLENCE VALUE AMPLIFON LEADERSHIP AWARDS

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. Per il 2021 lo Special Award "Acting Responsibly" è stato assegnato per la prima volta

simbolicamente a tutti i dipendenti Amplifon che, aderendo alle iniziative della Fondazione Amplifon, hanno reso possibile dare il via ad un piano concreto di azioni dedicate alle comunità in cui operiamo, in particolar modo agli anziani a rischio di marginalizzazione.



## 3.4 LA TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

**Come previsto dalla 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.**

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. Alla luce del nostro business, che comporta un **basso livello di rischio di infortuni sul lavoro**, e in considerazione degli strumenti e delle procedure messi in atto per adempiere alle normative locali e regionali, al momento non è stata ritenuta necessaria la formalizzazione di specifiche politiche e modelli di gestione a livello globale in materia di salute e sicurezza. Tuttavia, in molti Paesi sono in vigore specifici modelli organizzativi in risposta a normative o standard di sicurezza locali.

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.

In aggiunta al monitoraggio degli eventi incidentali e dei casi di malattie professionali, viene sempre garantita a tutti i dipendenti 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 addizionale direttamente integrata nel contratto di lavoro o disponibile a prezzi agevolati per i dipendenti che ne fanno richiesta.

Nel 2021 sono stati registrati 139 infortuni sul lavoro, per la maggior parte relativi ad incidenti di piccola entità, come ad esempio lievi cadute per scivolamento o tagli superficiali con materiali di ufficio, che in molti casi non hanno dato effetto a giorni per malattia. Il tasso di frequenza degli infortuni totali è stato di 7,72, mentre il tasso di frequenza degli infortuni gravi è pari a 0, alla luce dell'assenza di infortuni ricadenti in questa categoria. Inoltre, si sono stati registrati 11 casi di malattie professionali, perlopiù relativi a disturbi da stress lavoro-correlato.



#### ACTING RESPONSIBLY VALUE

### IL NOSTRO PROTOCOLLO OPERATIVO PER GARANTIRE LA SICUREZZA IN TUTTI I NOSTRI NEGOZI E UFFICI

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 addizionali determinati dal contesto e dalla normativa locale. Anche nel 2021 i nostri negozi sono rimasti sempre aperti, e il rigoroso protocollo operativo ha garantito il rispetto di tutte le raccomandazioni delle principali istituzioni sanitarie nazionali e internazionali per la prevenzione della trasmissione del virus, tutelando così tutte le persone, con particolare riferimento alla fascia di popolazione over 70 che rappresenta una significativa parte dei

nostri consumatori e che necessita più spesso di assistenza audiologica.

L'impegno e l'attenzione non hanno riguardato solo i negozi: per il personale di sede è continuato il meccanismo di turnazione, consentendo a chiunque di lavorare parzialmente in *smartworking* e, allo stesso tempo, di lavorare in ufficio rispettando il distanziamento sia alla scrivania, che negli spazi comuni, tutti dotati di appositi detergenti sanificanti. Le modalità di accesso alle sedi sono state completamente riorganizzate: in tutti gli ingressi sono presenti *thermoscanner* per la rilevazione della temperatura corporea e per la validazione dei requisiti necessari all'ingresso (es. *green pass*). A tutti i dipendenti di sede viene inoltre fornito un kit composto da mascherine certificate (da cambiare due volte al giorno, poi smaltite correttamente) e gel sanificante personale.

;

## **SENSIBILIZZIAMO SULL'IMPORTANZA DELLA PREVENZIONE E DEL BENESSERE UDITIVO E PROMUOVIAMO L'INCLUSIONE SOCIALE NELLE COMUNITÀ**

### **I NOSTRI OBIETTIVI**

---

Supportare le attività delle Fondazioni del Gruppo per diffondere il “suono dell'inclusione”

---

Promuovere la consapevolezza dell'ascolto responsabile tra le nuove generazioni

---

Aumentare la sensibilità sull'importanza del benessere uditivo e degli impatti dell'inquinamento acustico tra le comunità

## CAPITOLO 04

# COMMUNITY IMPACT



 **amplifon**



## 4.1 IL NOSTRO CONTRIBUTO PER LE COMUNITÀ

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

Dalla consapevolezza dell'importante ruolo che rivestiamo nella società nasce "We Care", il programma di Amplifon che raccoglie le iniziative ad impatto sociale per le comunità che promuoviamo e supportiamo nei Paesi dove il Gruppo opera. Dal 2019 "We Care" ha l'obiettivo di rafforzare la nostra capacità di creare valore condiviso a lungo termine supportando e valorizzando le numerose attività di ascolto e inclusione, elemento distintivo della nostra *Purpose*, e incoraggiando comportamenti sostenibili a favore delle generazioni future<sup>25</sup>. Grazie alle tante iniziative messe in campo a favore delle comunità locali in cui operiamo, intendiamo così favorire l'educazione e la sensibilizzazione sull'importanza del benessere uditivo, incoraggiando la prevenzione e combattendo ogni tipo di stigmatizzazione grazie alla partecipazione attiva delle generazioni più giovani.



### LE INIZIATIVE SOCIALI PER LE COMUNITÀ

Nel contesto del programma "We Care", negli anni numerose iniziative a favore delle comunità sono state realizzate a livello locale, alcune ricorrenti e altre più occasionali. Sebbene tali iniziative ad oggi non siano guidate da una specifica politica a livello di Gruppo, la Policy di Sostenibilità approvata nel 2018 formalizza l'impegno di Amplifon in quest'ambito, rafforzato inoltre dal contributo della Società verso le Fondazioni del Gruppo per lo svolgimento delle loro attività a favore dell'inclusione sociale.

Tra le iniziative ricorrenti più significative, vi è la collaborazione di Amplifon France con *Les Enfants Sourds du Cambodge*, un'associazione no-profit che si

25 - Le principali attività di responsabilità ambientale promosse negli ultimi anni sono presentate nella sezione 5.4 "L'attenzione all'ambiente" del presente documento.

prende cura dei bambini asiatici affetti da patologie uditive, a cui doniamo apparecchi acustici, servizi per la cura dell'udito e formazione al personale locale, finanziando annualmente anche l'acquisto di materiale audiologico per i bambini più bisognosi. Nel corso del 2021, oltre a supportare direttamente le attività dell'associazione, abbiamo anche coinvolto i nostri clienti all'interno dei nostri negozi e tramite i nostri canali *social*, i quali hanno avuto la possibilità di fare delle donazioni liberali verso l'associazione, poi raddoppiate da Amplifon (Francia). Tra le iniziative più occasionali, si contano numerose collaborazioni con associazioni locali e organizzazioni non governative grazie alle quali diamo il nostro contributo nel facilitare l'accesso alle cure uditive (tramite ad esempio donazioni di apparecchi acustici e batterie), nell'eseguire esami dell'udito gratuiti, o nella raccolta fondi in collaborazione con altre associazioni.



## 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 di formazione grazie all'affiancamento ai nostri audioprotesisti. Nel 2021 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 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.



## 4.2 PREVENZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

**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.

### IL NOSTRO IMPEGNO PER UN ASCOLTO RESPONSABILE

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 infatti 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**<sup>26</sup>. Da non sottovalutare, in tale contesto, l'uso continuativo di dispositivi audio personali, come gli auricolari per ascoltare la musica a volume eccessivo, nonché la frequente esposizione a suoni ad alto volume a concerti, discoteche, bar ed eventi sportivi. Per questo, è fondamentale diffondere la conoscenza del legame tra udito e inclusione e promuovere la consapevolezza dell'importanza di un ascolto responsabile, per permettere ad ogni persona di vivere la

**+1 mld**  
DI GIOVANI A  
RISCHIO PERDITE  
UDITIVE EVITABILI

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

propria vita al pieno delle potenzialità, continuando ad essere parte attiva della propria comunità.

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" e, a partire dal 2021, anche in Spagna con il progetto "Oyeah - Listen Responsibly", per sensibilizzare ed aumentare la consapevolezza delle giovani generazioni all'ascolto responsabile.



Dopo il lancio del progetto al Firenze Rocks nel 2019, il progetto è stato promosso in oltre 1.000 scuole secondarie italiane (e presto anche spagnole) grazie ad un percorso didattico divertente e multidisciplinare che ha reso circa 24.500 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.

Nel 2021 il progetto è continuato grazie a nuovi contenuti sul portale [cisentiamodopo.it](http://cisentiamodopo.it) dedicati a supportare i docenti nelle attività di didattica a distanza, tra cui anche un'intera sezione dedicata a "Le Professioni" del mondo dei suoni. Inoltre, sono stati realizzati 17 workshop e laboratori didattici virtuali, a cui hanno partecipato oltre 1.350 studenti, che hanno coinvolto speaker di rilievo come gli audioprotesisti Amplifon, alcuni esponenti della comunità medica e ospiti esterni come direttori d'orchestra, sound designer ed esperti di inclusione. Grazie a diversi strumenti del toolkit didattico, il progetto "Ci Sentiamo Dopo" si presta ad essere un modello esportabile nei prossimi anni anche in altri Paesi in cui operiamo.

Il percorso didattico ha previsto anche un'attività di *citizen journalism*: grazie all'App "Listen Responsibly", gli studenti sono stati coinvolti come pionieri di una nuova ecologia acustica e sono stati invitati a rilevare i livelli di rumore degli ambienti utilizzando il *noise tracker* dell'App - sviluppata dalla start-up Otohub acquisita da Amplifon nel 2019 - 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 5.700 utenti per un totale di oltre 9.000 misurazioni del rumore. Dopo il lancio del *noise tracker* a gennaio 2020 in occasione dell'evento "Elementi di Ecologia Sonora" organizzato alla Triennale di Milano (Italia), l'App ha raggiunto anche la Spagna ad aprile 2021, in occasione dell'International Noise Awareness Day, ed è stata anche lanciata in Francia a gennaio 2022.

Nel 2021, per la prima volta Amplifon è stata partner dell'evento Book City Milano, una delle più grandi manifestazioni letterarie in Italia che ogni anno organizza a Milano incontri, letture ad alta voce, spettacoli e laboratori sulle

+1.000

SCUOLE  
COINVOLTE

~24.500

STUDENTI  
INGAGGIATI



APPROFONDISCI

IL PORTALE CI  
SENTIAMO DOPO

+5.700

UTENTI  
DELL'APP LISTEN  
RESPONSIBLY

+9.000

MISURAZIONI  
DEL RUMORE  
REGISTRATE

nuove pratiche di lettura. La manifestazione, che ha avuto luogo a novembre 2021, ha previsto nel proprio palinsesto di eventi uno dei workshop del progetto "Ci Sentiamo Dopo - Listen Responsibly", dedicato agli studenti. L'iniziativa, inoltre, partecipa a Sodalitas Call for Future, il programma di Fondazione Sodalitas che coinvolge le imprese impegnate a realizzare un futuro sostenibile secondo l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e i giovani, cittadini del mondo di domani. Il progetto di Amplifon rientra nell'ambito delle iniziative di *Call for People*, in quanto contribuisce al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile 3 "Salute e Benessere" e 11 "Città e Comunità Sostenibili".

La sensibilizzazione dei giovani sui temi legati alla cura dell'udito è presidiata anche sui social network, dove sviluppiamo un'efficace strategia di comunicazione a loro dedicata per diffondere consigli di prevenzione e "messaggi in pillole". Facciamo leva sulle pagine social anche per attivare delle campagne di sensibilizzazione dedicate e 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 a marzo.



APPROFONDISCI

IL CASE HISTORY  
"CI SENTIAMO  
DOPO - LISTEN  
RESPONSIBLY" PER  
SODALITAS CALL  
FOR FUTURE



## FORWARD THINKING VALUE UNA CACCIA ALLE OASI ACUSTICHE DELLE CITTÀ ITALIANE

Amplifon ha lanciato una sfida ai ragazzi dell'associazione giovanile AIESEC: una *Noise Escape Challenge*. Si tratta di una vera e propria "caccia" alle oasi acustiche in cui avere una piacevole e sicura esperienza uditiva, rintracciandole tramite il *noise tracker* dell'App "Listen Responsibly". L'iniziativa conferma l'impegno di Amplifon nei confronti della prevenzione e aumenta la consapevolezza delle nuove generazioni rispetto ai danni che l'inquinamento acustico può provocare all'udito.

Sono state coinvolte 15 città italiane, con 65

giovani membri di AIESEC che - nel periodo dal 16 al 19 luglio 2021 - hanno dato vita alla ricerca delle oasi acustiche. Una volta elaborati i dati tracciati a seguito delle 54 misurazioni effettuate dai partecipanti, il Parco del Valentino di Torino si è classificato al primo posto nel ranking delle oasi acustiche, con una rilevazione media pari a 35 dB.



APPROFONDISCI

NOISE ESCAPE CHALLENGE

## COMBATTIAMO OGNI TIPO DI STIGMATIZZAZIONE

**Siamo da sempre impegnati a contribuire al superamento dei pregiudizi e degli ostacoli psicologici che impediscono alle persone con calo dell'udito di riscoprire il piacere di sentire.**

La disinformazione, gli ostacoli psicologici e la stigmatizzazione rappresentano ancora oggi una forte barriera all'accesso alla cura dell'udito. Tutto ciò si riflette in un notevole divario nell'utilizzo dei dispositivi acustici: l'Organizzazione Mondiale della Sanità stima che tra quelli che potrebbero beneficiare di un apparecchio acustico, a livello globale solo il 17% effettivamente ne usa uno<sup>27</sup>.

~17%

DI COLORO CHE  
AVREBBERO  
BISOGNO DI UN  
APPARECCHIO  
ACUSTICO,  
EFFETTIVAMENTE  
NE USA UNO



APPROFONDISCI

COME FUNZIONA  
L'UDITO?

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

In Amplifon, cerchiamo di rispondere a tale sfida attraverso una pianificazione strategica delle nostre campagne di sensibilizzazione, rivolte anche ai cosiddetti *influencer*, ovvero ai famigliari e amici di persone con calo uditivo. 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 2021 **le nostre campagne di sensibilizzazione sull'importanza della cura dell'udito hanno raggiunto circa 177 milioni di persone**, e i nostri siti web hanno sezioni dedicate che forniscono agli *influencer* informazioni su come identificare amici o familiari che potrebbero avere difficoltà uditive.

~177 mln

DI PERSONE  
RAGGIUNTE DALLE  
NOSTRE CAMPAGNE  
DI SENSIBILIZZAZIONE  
NEL 2021



#### ACTING RESPONSIBLY VALUE

### IL POTERE DISCRETO DEL LINGUAGGIO AL CENTRO DI UNO STUDIO SPERIMENTALE SUL NOSTRO RAPPORTO CON L'UDITO

Dal 2020, grazie al Centro Ricerche e Studi Amplifon, abbiamo avviato un progetto di ricerca sperimentale per indagare il ruolo del linguaggio nell'evoluzione degli stereotipi rispetto all'ipoacusia e all'accessibilità delle soluzioni per la cura dell'udito: "Le parole del sentire comune". Lo studio ha previsto l'analisi di parametri neurofisiologici relativi all'esposizione a diverse parole, ed è stato condotto insieme al Dipartimento di Psicologia Sociale dell'Università Cattolica di Milano e ad un team multidisciplinare di linguisti e psicologi coordinati dalla start up Diversity & Inclusion Speaking. Il progetto ha l'obiettivo di creare una piattaforma di approfondimento del fenomeno per comprendere come un utilizzo più consapevole del linguaggio possa aiutare a trattare una condizione uditiva che in Italia

è destinata a crescere del 55% nei prossimi 30 anni, arrivando a coinvolgere 11 milioni di persone. In occasione dell'evento organizzato in collaborazione con Università Cattolica sono stati presentati i risultati delle prime due fasi della ricerca: la prima incentrata sull'analisi dei termini maggiormente utilizzati dai mezzi di comunicazione per riferirsi ai sintomi, alle soluzioni e alle persone con ipoacusia, la seconda focalizzata sull'importanza del linguaggio medico-paziente nell'influenzare gli atteggiamenti nei confronti dell'ipoacusia e dei dispositivi acustici.



APPROFONDISCI

LE PAROLE DEL SENTIRE COMUNE



#### ACTING RESPONSIBLY VALUE

### ABBIAMO SOTTOSCRITTO IL MANIFESTO DI PAROLE O\_STILI PER PROMUOVERE UNA COMUNICAZIONE INCLUSIVA

Nel 2021 Amplifon ha sottoscritto ufficialmente il manifesto della comunicazione non ostile di Parole O\_Stili: un segno tangibile dell'attenzione di Amplifon verso un uso più consapevole del linguaggio e per la promozione dell'inclusione sociale. L'obiettivo è quello di diffondere i principi di una comunicazione inclusiva, contrastare l'odio in rete e combattere lo stigma legato alla perdita dell'udito.

Tramite questa iniziativa, oltre a supportare attivamente l'impegno di Parole O\_Stili per la formazione e l'educazione dei cittadini di domani, abbiamo realizzato un innovativo

kit didattico sull'ascolto attivo per le scuole aderenti al progetto "Ci Sentiamo Dopo - Listen Responsibly". Oltre a ciò, a dare immediata concretezza alla sottoscrizione del Manifesto rientra anche l'adozione, da parte di Amplifon, di una Netiquette per i propri canali social media globali, ispirata ai principi espressi dalla comunicazione non ostile e inclusiva.



APPROFONDISCI

IL MANIFESTO DI PAROLE O\_STILI



## 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, 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 accedere alla cura dell'udito.

### FONDAZIONE AMPLIFON

Fondazione Amplifon Onlus è nata in Italia all'inizio del 2020, in occasione del settantesimo 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.

La strategia operativa della Fondazione è stata pensata coerentemente ai valori Amplifon e disegnata per far leva sull'esperienza e le competenze del Gruppo, il *know-how* del Centro Ricerche e Studi Amplifon ed il lavoro delle altre Fondazioni, attive rispettivamente negli Stati Uniti e in Spagna.

Attraverso forme nuove ed innovative, la Fondazione promuove una **cultura inclusiva per combattere la marginalizzazione** e supportare la partecipazione attiva alla vita sociale, culturale e professionale delle persone in situazioni di disagio. Nel corso dei suoi primi due anni di vita, influenzati necessariamente dall'emergenza pandemica, la Fondazione ha sviluppato una serie di progetti di contrasto all'emergenza e all'isolamento, in particolare verso le generazioni più *senior*. Sono nate così progettualità finalizzate a stimolare la consapevolezza intergenerazionale, la partecipazione attiva e l'inclusione degli anziani, aggregando le migliori energie, idee e professionalità, sia del mondo pubblico sia del mondo privato, con l'obiettivo di riportare al centro



**APPROFONDISCI  
GLI OBIETTIVI  
E LE ATTIVITÀ  
DELLA  
FONDAZIONE  
AMPLIFON**

il ruolo e il patrimonio di vita e conoscenza dei nostri nonni. Il percorso della Fondazione Amplifon continua a evolversi grazie al contributo di tutti i suoi stakeholder, e al network crescente di enti, ONLUS, operatori specializzati e volontari che, ogni giorno, rappresentano uno stimolo a fare sempre meglio e a trovare soluzioni innovative per la promozione di una società sempre più inclusiva.

## DA ECCOMI! A CIAO!

Con il progetto EccoMI! a novembre 2020 sono state installate nelle case di riposo per anziani milanesi sistemi di teleconferenza audio e video innovativi e di altissima qualità per facilitare e permettere una maggior vicinanza degli ospiti alle proprie famiglie. Promosso in collaborazione con Cisco, Durante, il network delle RSA di UNEBA e il Comune di Milano, il progetto ha consentito a 2.100 ospiti di continuare il dialogo con i propri cari in totale sicurezza.

Pur rilevando l'esistenza di un forte *digital divide* nelle strutture di accoglienza per gli anziani, questa fase iniziale ha altresì dimostrato la potenza della tecnologia come vettore di inclusione sociale e di relazione. Infatti, la strumentazione messa a disposizione è stata usata non solo per connettere le famiglie rimaste divise durante l'isolamento, ma anche per ripristinare attività di volontariato, momenti di socialità, visite specialistiche e udienze in tribunale, attività di preghiera e di lettura, facendo sentire gli anziani nuovamente coinvolti, in maniera attiva, nella vita della loro comunità. Se da un lato gli anziani si sono lasciati coinvolgere ed appassionare dai contenuti che la tecnologia veicola, e quindi alla tecnologia stessa, dall'altro hanno recuperato vitalità, e quindi di benessere emotivo e cognitivo.

La sfida colta dalla Fondazione è stata quindi quella di continuare in questo processo di connessione digitale e di potenziare l'aspetto di coinvolgimento comunitario, passando dalla fornitura di schermi per la video connessione da 24' alla fornitura di maxi schermi da 75'/85', per ampliare le possibilità di relazione e di intrattenimento attivo per le persone anziane. Da questa esperienza, è nato il progetto **Ciao!**, con l'obiettivo di fornire agli anziani, oltre ad efficaci sistemi di video-connesione, anche un ricco palinsesto, con proposte culturali e di intrattenimento. Sono stati così promossi 8 concerti de LaFil, la Filarmonica di Milano, più di 30 lezioni di Silver Yoga, con MondoYoga, e 7 appuntamenti con il teatro della Compagnia teatrale Gino Franzì. A queste proposte si affiancano anche contenuti sviluppati dal network delle strutture beneficiarie (ad esempio momenti di preghiera e lettura dei quotidiani) così da arricchire sempre di più il palinsesto offerto. In questo modo, le RSA coinvolte nel progetto assumono il ruolo di comunità e piattaforma sociale in grado di dare forza ad un messaggio di valorizzazione dell'anziano attraverso specifici progetti di comunicazione, come ad esempio "Racconti tra generazioni".



~100

LE RSA COINVOLTE  
DAL PROGETTO  
CIAO!

+7.000

GLI ANZIANI  
RAGGIUNTI

+70

I DIPENDENTI  
AMPLIFON  
COINVOLTI



## ACTING RESPONSIBLY VALUE RACCONTI TRA GENERAZIONI

“Racconti tra generazioni” è il progetto della Fondazione Amplifon che da 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-connesione 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 nonni 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.



## ACTING RESPONSIBLY VALUE CIAO! C’E’ UN REGALO PER TE

In occasione del Natale 2021, Fondazione Amplifon ha chiesto ad alcuni ospiti delle RSA milanesi coinvolte nel progetto Ciao! i loro desideri per Natale. Ne sono stati raccolti più di 140, tutti esauditi grazie alle persone di Amplifon e ai partner del progetto. I doni sono stati consegnati da alcuni volontari direttamente nelle RSA (tra cui oltre 70 dipendenti di Amplifon), regalando così a tutti un’occasione di incontro e scambio di esperienze, storie e racconti di vita.

  
**Ciao!**  
C’È UN REGALO PER TE



“

*Riportare le RSA italiane al centro del dialogo intergenerazionale significa riconoscere negli ospiti di queste comunità una risorsa preziosa, un patrimonio umano di sensibilità e un riferimento sociale del quale avere cura. La tecnologia è uno strumento fondamentale per aiutarci a perseguire questo scopo.*

**Susan Carol Holland, Presidente Fondazione Amplifon**

## VIVA GLI ANZIANI

Anche nel corso del 2021, 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. Dalla sua nascita nel 2004, il Programma ha raggiunto più di 14.000 anziani ultraottantenni, e, solamente a Roma, ha coinvolto nella rete di aiuto informale più di 23.000 persone. A Milano il primo progetto analogo è stato sviluppato nel Quartiere Corvetto grazie a Fondazione Amplifon e ha coinvolto 120 persone che hanno beneficiato del monitoraggio telefonico continuo oltreché di assistenza in presenza e affiancamento quando necessario (visite mediche, acquisto di prodotti alimentari, ecc.).

La Fondazione Amplifon ha coinvolto circa 30 dipendenti di Amplifon in un programma di volontariato per sostenere e fare 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.



*Con “Viva gli Anziani!” e il supporto alla Comunità di Sant’Egidio vogliamo promuovere uno scambio continuo tra giovani generazioni e persone senior. Il dialogo tra questi due mondi rappresenta una fonte di arricchimento fondamentale nella nostra società, da riscoprire, tutelare e alimentare sempre.*

**Maria Cristina Ferradini, Managing Director di Fondazione Amplifon**

## OBIETTIVO3

Data l’importanza dell’inclusione sociale nella sua *mission*, anche nel 2021 Fondazione Amplifon ha sostenuto Obiettivo3, 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 2021 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.

Il festival ha visto la partecipazione delle persone vicine alla Fondazione Amplifon che hanno proposto tematiche che stanno a cuore a tutti gli stakeholder della Fondazione, per trarne spunti concreti di azione. Inoltre, la possibilità di interagire e collaborare con le autorità e le celebrità presenti consente alla Fondazione di elevare il proprio profilo ai fini di una maggiore e più efficace azione in termini di impatto delle proprie attività

## LA COLLABORAZIONE CON LE PERSONE DI AMPLIFON

Durante il 2021 le persone che lavorano in Amplifon hanno partecipato in maniera decisiva all'implementazione dei progetti promossi dalla Fondazione, sia contribuendone fattivamente alla *mission*, che partecipando a due campagne di raccolta fondi. La prima, attivata in occasione dell'inizio dell'anno, ha permesso di acquistare 5 sistemi di video-connesione per le RSA coinvolte nel progetto Ciao! (alcune delle quali sono state proprio segnalate dalle persone di Amplifon), mentre la seconda ha consentito di donare la quota del 5x1000 alla Fondazione per il sostegno alle attività istituzionali<sup>28</sup>.

Anche il periodo di Natale è stato particolarmente importante, con oltre 70 dipendenti di Amplifon che hanno acquistato i regali di Natale per gli ospiti delle RSA nell'ambito dell'iniziativa "Ciao! c'è un regalo per te", alcuni dei quali partecipando di persona alla consegna dei regali e ai momenti di animazione all'interno delle strutture. Come ringraziamento, nonché per annunciare l'inizio di una partnership con la Fondazione Geronimo Stilton, la Fondazione ha regalato ai bambini del mondo Amplifon il "Piccolo Libro della Gentilezza", ricordando a tutti che "un mondo più gentile è un mondo più bello", nella speranza che questa visione del mondo accompagni tutti nella propria quotidianità. Infine, a dicembre 2021 si è svolta la prima cena di Natale della Fondazione Amplifon: una serata di generosità ed impegno che ha consentito a tutti gli stakeholder di conoscere meglio le attività della Fondazione.

## 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 2021 la Fondazione ha investito consolidando la propria presenza sui canali social tramite un robusto aumento delle interazioni su LinkedIn e avviando la pagina Facebook ed il canale Youtube. Le pagine social della Fondazione hanno visto una crescita esponenziale che si sta consolidando sempre di più. Inoltre, una newsletter trimestrale informa circa le news e i progressi della Fondazione.



**APPROFONDISCI  
PER SOSTENERE I  
PROGETTI DELLA  
FONDAZIONE  
AMPLIFON**

28 - La quota del 5x1000 è la quota dell'imposta IRPEF (imposta sul reddito in Italia) che lo Stato Italiano ripartisce tra enti del terzo settore che svolgono attività di interesse sociale.

## MIRACLE-EAR FOUNDATION

**Risale al 1990 l'istituzione della Miracle-Ear Children's Foundation, che si prefiggeva come obiettivo l'empowerment e il miglioramento della qualità della vita di bambini poveri affetti da ipoacusia in Nord America, offrendo loro la possibilità di tornare a sentire.**



Ribattezzata Miracle-Ear Foundation nel 2013, al fine di estendere il suo operato anche ad altre fasce della popolazione, oggi la Fondazione fornisce apparecchi acustici, *follow-up* e risorse educative alle persone affette da ipoacusia che sono impossibilitate a curarsi per mancanza di risorse economiche. 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, senza alcun costo per i destinatari. Nel 2021 la Fondazione ha fornito servizi per l'udito a oltre 2.500 bambini e adulti che hanno soddisfatto i criteri del programma, regalando quasi 5.000 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 34.000 apparecchi acustici a quasi 18.000 persone.



**APPROFONDISCI  
TESTIMONIANZA  
DEL PROGETTO  
GIFT OF SOUND**

### 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 2021 sono stati circa 500 gli apparecchi acustici che la Fondazione ha ricondizionato e donato.

**+5.000  
APPARECCHI  
ACUSTICI DONATI  
NEL 2021**

**~500  
APPARECCHI  
ACUSTICI  
RIGENERATI  
NEL 2021**

### 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 2021 circa 20.000 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.

**~20.000  
PROTEZIONI PER  
L'UDITO DISTRIBUITE  
NEL 2021**

## MIRACLE MISSIONS

Sempre nel 2021 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 a settembre e novembre 2021, per un totale di 5 giorni, con il servizio di oltre 200 persone che hanno regalato circa 450 apparecchi acustici ai più bisognosi, garantendone anche tutti i servizi di assistenza durante la loro vita utile.



## FONDAZIONE GAES SOLIDARIA

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



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 2021, 35 progetti sono diventati realtà con oltre 185.000 euro donati.

Inoltre, i dipendenti di GAES contribuiscono e prestano le loro competenze offrendosi volontari per specifiche iniziative. Ad esempio, alcuni dei progetti supportati prevedono di effettuare test dell'udito a bambini e adulti in zone meno sviluppate del mondo, come India, Marocco, Burundi, Capo Verde e Mozambico. I progetti internazionali di punta della Fondazione sono "Speech Therapy" e "Oídos del Tíbet", entrambi in India.

## SPEECH THERAPY & OÍDOS DEL TÍBET

“Speech Therapy” è un progetto svolto in collaborazione con la Fondazione Vicente Ferrer a Anantapur (India). È gestito da un team multidisciplinare che aiuta i bambini con problemi di udito della scuola di Bukaraya Samudram ad usare il linguaggio orale con l'aiuto di apparecchi acustici. Attualmente, sono stati coinvolti oltre 40 bambini. 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.



APPROFONDISCI

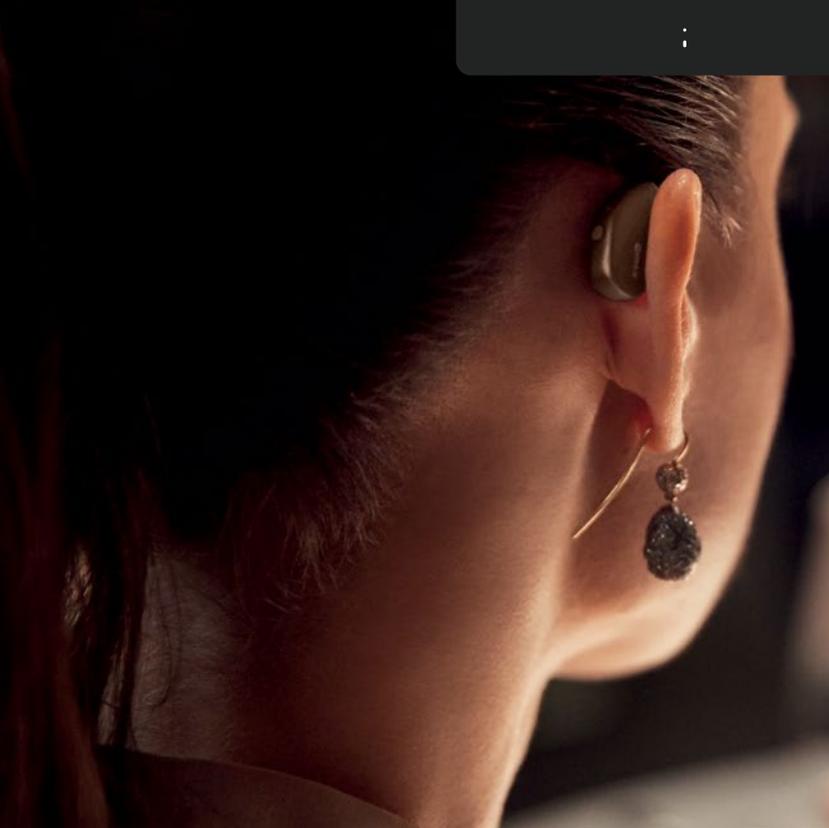
PROGETTO  
“OÍDOS DEL TÍBET”

PROGETTO  
“SPEECH THERAPY”



Nel 2021 la Fondazione ha collaborato altresì a diversi progetti per la ricerca medica. In particolare, è stata fatta una donazione all'ospedale Sant Joan de Déu (Barcellona) per contribuire all'avanzamento della ricerca sull'otorinolaringoiatria e sulla neurologia, e sono state istituite collaborazioni con la Fondazione Clarós e la Fondazione Contigo. Infine, la Fondazione ha anche sostenuto l'ONG Dream Nepal per garantire l'accesso alla scuola e una casa sicura per i figli delle donne che scontano una pena detentiva, i quali avranno quindi la possibilità di crescere e godere della propria infanzia.





## 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 700 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, a causa dell'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19, 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 3.500 specialisti, e sono stati realizzati contenuti con più di 60 professionisti clinici provenienti da tutta Italia. Le pubblicazioni sono vagliate da un comitato



APPROFONDISCI  
CENTRO RICERCHE  
E STUDI AMPLIFON

+700

CORSI E CONVEGNI  
SCIENTIFICI  
ORGANIZZATI

orl.  
news



APPROFONDISCI  
VISITA IL PORTALE  
ORL.NEWS

editoriale che funge da garante della qualità dei contributi proposti. I membri del *board*, in particolare, sono sei giovani specialisti distinti per la propria attività di ricerca scientifica in ambito ORL: quasi tutti sono stati vincitori di borse di studio CRS.

Nel corso del 2021, il CRS si è posto come obiettivi primari la multidisciplinarietà tra medici specialisti, la formazione e l'aggiornamento dei medici e dei professionisti sanitari, lanciando un nuovo format di aggiornamento a distanza: il **CRSLab**. L'evento è realizzato tramite tavole rotonde regionali, in cui vengono coinvolti specialisti in otorinolaringoiatria, audiologia e foniatria, geriatri e neurologi. Per quanto concerne 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. Nel 2021, inoltre, in partnership con le Scuole di specializzazione italiane, il CRS ha sostenuto la prima 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 2021 sono stati coinvolti 295 specializzandi del 2° e 3° anno in ORL e Audiologia, con conseguente conseguimento di 3 borse di studio assegnate in occasione del Congresso SIAF (Società Italiana di Audiologia e Foniatria) di novembre a Torino.



## IL CENTRO RICERCHE E STUDI DI AMPLIFON COMPIE 50 ANNI

In occasione del 50esimo anniversario dalla fondazione del CRS, a maggio 2021 è stato realizzato un evento che, con il coinvolgimento di medici specialisti, ha permesso di rivivere insieme le tappe fondamentali del CRS e volgere uno sguardo a ricerche e progetti futuri (da qui il nome dell'evento: CRS For a Healthier Future). Opinion Leader nazionali e locali hanno partecipato a tavole rotonde legate alla storia del CRS, all'avanzamento della telemedicina, alla pandemia Covid-19 e ad altre novità in ambito otorinolaringoiatrico, audiologico e foniatrico.

Da sempre il CRS si è distinto per i propri valori di innovazione e vicinanza ai professionisti del settore otorinolaringoiatrico. Con questo evento si è continuata questa tradizione, affrontando così diverse tematiche legate alla qualità della vita e al progresso in ambito clinico. Proprio in occasione di questo importante anniversario è stato inaugurato il premio CRS Ear Award, dedicato alle iniziative dei 5 medici che più si sono distinti per impegno sociale e professionale, successivamente premiati

nella sessione in plenaria al Congresso SIAF di novembre 2021 e coinvolti in progetti di visibilità con il nostro media partner. Inoltre, a supporto dei giovani ricercatori del settore, è stato lanciato il concorso "The Best Researcher of The Year 2021", dedicato ai medici ORL, audiologi e foniatristi under 40. Il vincitore, successivamente premiato in occasione dell'evento dell'Associazione Universitaria Otorinolaringoiatri (AUORL) di dicembre 2021, diventerà membro del Board Editoriale di OrL.news per l'anno 2022.



**APPROFONDISCI**

**IL 50ESIMO ANNIVERSARIO DEL CRS**



## CONGRESSI E SCHOLARSHIP

Nel 2021 il CRS è stato presente ai Congressi di maggiore spicco nel panorama otorinolaringoiatrico, foniatrico ed audiologico. Primo tra questi il Congresso Nazionale della Società Italiana di Otorinolaringoiatria e Chirurgia Cervico-Facciale (SIO), realizzato quest'anno in modalità virtuale. Qui Amplifon ha ottenuto un simposio dedicato, in cui è stato presentato il progetto di "Health Technology Assessment" svolto dall'Università Bocconi in collaborazione con Amplifon. Grazie a questa ricerca, è stato realizzato un modello per stimare la costo-efficacia dell'utilizzo degli apparecchi acustici per il Sistema Sanitario Nazionale, stabilendo che il valore generato dall'utilizzo degli apparecchi acustici per il sistema supera la spesa iniziale sostenuta dal paziente.

Questi risultati sono stati presentati, in un intervento dedicato, al Congresso Nazionale della Società Italiana di Audiologia e Foniatria (SIAF), in cui Amplifon e il CRS sono stati presenti non solo nelle presentazioni e simposi dedicati all'evoluzione digitale in ambito clinico, ma anche nella sessione in plenaria dell'evento. In questa occasione sono state consegnate 12 borse di studio consegnate dalla SIAF e finanziate dal Centro Ricerche e Studi Amplifon.

L'ultimo grande evento del 2021 è stato Accademy l'AUORL, dove 36 specializzandi del terzo e quarto anno selezionati da un comitato scientifico dell'Associazione Universitaria Otorinolaringoiatri (AUORL) hanno presentato i loro lavori ai professori universitari di otorinolaringoiatria e di audiologia-foniatria. Gli 8 più meritevoli hanno anche ricevuto una borsa di studio messa a disposizione dal CRS Amplifon.



**BORSE DI STUDIO  
EROGATE NEL 2021**

## 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.

Il 2021 ha visto la pubblicazione di due produzioni di spicco. La prima è la monografia di Umberto Ambrosetti e Eleonora Carravieri dal titolo "*Il silenzio è d'oro? Un viaggio tra i silenzi e il mondo dei suoni*" che, realizzata con il contributo di vari autori esterni, affronta la tematica del silenzio sotto vari aspetti: il mondo della sordità, dei suoni, della musica e dell'arte. Il secondo, è il libro "*Otoscopia*" di Giovanni Ralli che, pubblicato con il supporto del CRS, rappresenta una guida pratica e altamente formativa nella pratica dell'otoscopia per gli specialisti del settore.

Il CRS, infine, 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.



**APPROFONDISCI  
PUBBLICAZIONI DI  
ORL.NEWS**

## RICERCA IPOACUSIA-COGNITIVITÀ

Oggi giorno, sono diverse le evidenze sul legame tra perdita uditiva e declino cognitivo, soprattutto per i più anziani. Considerando il trend globale di aumento dell'età media della popolazione, e che oltre il 65% della popolazione di età superiore ai 65 anni soffre di un certo grado di perdita uditiva, una detezione precoce di questo deficit diventa un fattore modificabile e fondamentale per limitare l'impatto negativo che il calo uditivo può avere sulla qualità di vita e sullo stato cognitivo dei pazienti. Proprio per questo, diventa sempre più fondamentale caratterizzare l'effetto dell'utilizzo dell'apparecchio acustico sulle funzioni cognitive in un campione di pazienti con presbiacusia: questo è esattamente l'obiettivo dello studio su cui hanno lavorato per 6 mesi diversi esperti tra medici audiologi, psicologi, audioprotesisti e neurologi. La ricerca, che continuerà nel 2022, mira ad analizzare gli effetti della protesizzazione non solo sul declino cognitivo fisiologico, ma anche sulla depressione e disabilità uditiva percepita dai pazienti.



**OPERIAMO SEMPRE PIÙ  
RESPONSABILMENTE LUNGO  
L'INTERA CATENA DEL VALORE  
COLLABORANDO CON TUTTI  
GLI STAKEHOLDER E NEL  
RISPETTO DELL'AMBIENTE**

**I NOSTRI OBIETTIVI**

Integrare criteri di sostenibilità nella gestione responsabile della catena di fornitura

Incrementare l'utilizzo dell'energia rinnovabile per limitare l'impatto ambientale delle attività di business

Promuovere apparecchi acustici ricaricabili per ridurre l'utilizzo e lo smaltimento delle batterie

## CAPITOLO 05

# ETHICAL BEHAVIOR



 **amplifon**



## 5.1 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, abbiamo istituito da diversi anni una funzione di Regulatory Affairs, presente a livello Corporate e anche a livello locale nei principali Paesi in cui operiamo. La nostra funzione Regulatory Affairs assicura un monitoraggio continuo dei cambiamenti normativi e dei loro potenziali impatti, definisce centralmente le responsabilità riguardo alla gestione di temi attuali o potenziali, sviluppa eventuali piani di azione (implementati con il supporto di figure locali) 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 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.**

#### PAESI UE

Il 25 maggio 2017 è entrato in vigore il nuovo Regolamento Dispositivi Medici (UE) 2017/745 (MDR), che abroga la Direttiva 93/42/CEE (MDD) e 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

I dispositivi acustici, regolamentati dalla Food and Drug Administration (FDA), si classificano come Dispositivi medicali di Classe 1 o 2 a seconda che siano dotati o meno del wireless. Possono essere introdotti nel mercato senza approvazione preventiva alla commercializzazione (PMA) in forza di un'esenzione prevista dal processo di approvazione 510(k). La FDA impone che, prima di un acquisto, il consumatore riceva istruzioni riguardo ai dispositivi acustici da audioprotesisti abilitati alla loro distribuzione. Inoltre, nel 2017 è stato convertito in legge l'Over the Counter Hearing Aid Act, allegato ad una legge sui dispositivi medicali (Medical Device User Fee Amendments) e contenuto nell'FDA Reauthorization Act, lasciando alla FDA la responsabilità di definire e regolare, entro tre anni successivi, questa nuova categoria di apparecchi acustici. Tale normativa prevede l'introduzione di una 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. A ottobre 2021 la FDA ha pubblicato la proposta della 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, nonché alle politiche di protezione (rimborso e restituzione) per il consumatore. La normativa proposta è stata successivamente oggetto di un periodo di consultazione pubblica di tre mesi da parte dei vari stakeholder, a cui seguirà la pubblicazione della normativa finale con l'effettiva entrata in vigore prevista non prima della seconda metà del 2022. Con riferimento alla normativa si segnala un significativo scostamento nella proposta della FDA sulle specifiche tecniche e di performance (limite di output e assenza di limite sul guadagno) rispetto a quanto segnalato nelle raccomandazioni contenute nel *consensus paper* predisposto nel 2018 dalle principali associazioni di categoria American Academy of Audiology (AAA), Academy of Doctor of Audiology (ADA), American Speech-Language Hearing Association (ASHA) e International Hearing Society (IHS) (ed in linea con la posizione di Amplifon), volto a garantire un adeguato bilanciamento tra fra standard di sicurezza, efficacia dei nuovi prodotti e accesso alla cura dell'udito. Le specifiche tecniche e di performance attualmente proposte, infatti, rischiano di avere ripercussioni sulla salute dei consumatori, causando possibili effetti di amplificazione eccessiva dei suoni e relativi danni uditivi. Infine, la normativa proposta dalla FDA, oltre a regolamentare la vendita di dispositivi OTC, ha altresì proposto di trattare tutti gli altri apparecchi acustici come "prescription hearing aids", ovvero con l'obbligo di prescrizione da parte di un medico, audiologo o altro specialista dell'udito autorizzato, riconoscendo l'importanza del ruolo che i professionisti abilitati svolgono nell'aiutare i consumatori ad accedere a soluzioni uditivi sicure e efficaci, in grado di adattare l'apparecchio alle esigenze individuali, di regolarlo nel tempo in base alla perdita uditiva e di 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.

## PROFESSIONISTI ABILITATI

**L'utilizzo di un dispositivo acustico richiede il supporto di un professionista 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.

### PAESI UE

La Direttiva Europea riguardante i dispositivi medicali 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

La FDA prevede che gli apparecchi acustici siano distribuiti solo da soggetti autorizzati come audiologi o specialisti in apparecchi acustici (dispenser). Per i maggiorenni non è richiesta la prescrizione medica per stabilire la causa dell'ipoacusia, mentre i minori devono sottoporsi a visita medica prima dell'acquisto di un dispositivo acustico. Inoltre, come precedentemente indicato, è in corso l'introduzione di una categoria di dispositivi che sarà disponibile over-the-counter per adulti con perdita dell'udito da lieve a moderata senza l'intervento dell'audioprotesista o professionista dell'udito abilitato e di cui l'FDA ne sta definendo le modalità operative per l'introduzione e la cui implementazione è attesa per la seconda metà del 2022.

### 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 16 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. Molti dei Paesi ad alto reddito sono dotati di sistemi di rimborso molto diversi tra loro: i 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 base.

La più recente e significativa evoluzione normativa in merito alle condizioni di rimborso ha riguardato la Francia, in cui nel 2018 è stato annunciato un accordo per la riforma del sistema di rimborso nel settore ottico, dentale e della cura dell'udito, gradualmente implementato nel 2019 e 2020 ed entrato a pieno regime il 1° gennaio 2021. Il nuovo sistema "reste à charge zéro" prevede l'offerta di soluzioni acustiche integralmente rimborsate dall'assistenza sociale e dalle assicurazioni sanitarie complementari (c.d. "mutuelles") a partire dal 2021, mentre prima della riforma per la maggioranza della popolazione francese non vi era accesso ad un'offerta di prodotto e servizio totalmente rimborsato. Ai fini della nuova regolamentazione, gli apparecchi acustici sono stati divisi in due categorie: Classe I, che comprende i dispositivi coperti integralmente dai sistemi di rimborso, e Classe II, che riguarda le soluzioni uditive che possono essere acquistate a qualsiasi prezzo liberamente dal consumatore anche attraverso un meccanismo di "top-up" sulla parte rimborsata. La riforma ha inoltre stabilito la soglia minima di perdita uditiva per poter accedere alle condizioni di rimborso (30 dB), le tempistiche per il rinnovo della richiesta di rimborso e la garanzia (4 anni) e reso necessaria la prescrizione di un otorinolaringoiatra solo per il primo acquisto, mentre il rinnovo può essere fatto anche da un medico non specialista. 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, come evidenziato dall'importante incremento dei volumi registratosi sul mercato francese nel 2021.

Inoltre, sempre in merito alle condizioni di rimborso, si segnala che mentre oggi negli Stati Uniti vengono rimborsati solo alcuni servizi ma non i dispositivi acustici, è in corso la valutazione del rimborso delle soluzioni uditive da parte di Medicare-Part B (sistema sanitario pubblico per beneficiari sopra i 65 anni). Una prima bozza di legge è stata presentata alla camera nel corso del mese di novembre 2021.



## 5.2 ETICA DI BUSINES 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 è presente con la propria attività. Al tal fine, l'attenzione ad una coerente *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

**Ci impegniamo a promuovere una cultura aziendale basata sull'onestà, l'integrità, la correttezza e la buona fede, oltre, naturalmente, a rispettare le leggi in vigore in ciascun Paese o contesto dove operiamo.**

A tal proposito, nel corso del 2021 è stata svolta un'attività di aggiornamento del nostro Codice Etico di Gruppo che ha comportato a una revisione dei principi etici e delle regole comportamentali ivi contenute, nonché ad un sostanziale ampliamento delle aree tematiche trattate, in linea con le *best practice* di settore. Tale attività ha consentito di allineare ulteriormente i contenuti del nostro Codice Etico di Gruppo ai valori espressi dalla nostra *corporate culture*, formalizzando i valori, i principi e le regole di comportamento che sono alla base del nostro agire quotidiano.



**APPROFONDISCI  
CODICE ETICO DEL  
GRUPPO AMPLIFON**

Oltre a costituire parte integrante del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001, il 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.

I principi e le disposizioni del nostro Codice Etico di Gruppo sono applicabili a tutti i dipendenti di Amplifon e delle società appartenenti al Gruppo, 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.

Come in passato, il Codice Etico è applicabile e distribuito in tutti i Paesi in cui il Gruppo opera, affinché tutte le controllate e i negozi associati ne conoscano e rispettino i contenuti. A tal proposito, 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. Inoltre, nel corso del 2021 è stato erogato un **corso di formazione in materia "Business & Ethics"** suddiviso in quattro moduli distinti, il primo dei quali dedicato al nostro Codice Etico di Gruppo e, in particolare, ai valori, ai principi etici e alle regole comportamentali alla base nel nostro agire quotidiano.

+11.300

ORE TOTALI  
DI TRAINING  
"BUSINESS &  
ETHICS" EROGATE  
NEL 2021 PER OLTRE  
4.600 DIPENDENTI

Il completamento di tale corso, che comprende anche contenuti sulla Policy Anticorruzione, il sistema di Whistleblowing e il Modello 231, è obbligatorio e viene altresì assegnato a tutti i dipendenti al momento della loro assunzione.

L'Internal Audit di Amplifon S.p.A., nell'ambito degli audit periodici previsti a piano, verifica 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 2021, non sono state ricevute segnalazioni in merito a eventuali violazioni del Codice Etico da parte di dipendenti e fornitori.



## LA NOSTRA STRATEGIA FISCALE

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 nonché di soluzioni tecnologiche che possano garantire e massimizzare lo svolgimento delle relative funzioni<sup>29</sup>.



**APPROFONDISCI**

**LA STRATEGIA FISCALE DI AMPLIFON**

29 - Per dettagli sulle imposte sul reddito si rimanda ai Prospetti contabili consolidati e relative note di commento per il periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2021 (Sezione "Note esplicative" - "Imposte sul reddito dell'esercizio") dell'Annual Report 2021.



## POLITICA DI DIALOGO CON GLI AZIONISTI

In Amplifon il dialogo con il mercato finanziario è da sempre un elemento essenziale e caratterizzante per l'azienda. Per questo, nel 2021 il C.d.A. ha approvato una Politica per la gestione del dialogo con la generalità degli azionisti e degli investitori volta a formalizzare le modalità di gestione del rapporto costante e continuativo con gli azionisti, i potenziali investitori e i principali stakeholder della Società, attraverso modalità di ascolto attivo e di dialogo basati su principi di correttezza e trasparenza. Tale politica descrive il rapporto tra la Società e il mercato finanziario nell'ambito

delle competenze delle funzioni aziendali e regola altresì le attività di engagement predisposte per promuovere il dialogo tra la Società e gli azionisti, definendone gli argomenti, regolando le procedure e individuando i soggetti responsabili delle attività di engagement e gli altri soggetti potenzialmente coinvolti.



**APPROFONDISCI**

**POLITICA PER LA GESTIONE DEL DIALOGO CON LA GENERALITÀ DEGLI AZIONISTI E DEGLI INVESTITORI**

## IL SISTEMA DI WHISTLEBLOWING

In linea con il nostro impegno di aderire ai più alti standard di condotta sanciti all'interno del nostro Codice Etico, a partire dal 2020 è stato introdotto il processo di gestione delle segnalazioni di Gruppo (*Whistleblowing*) che, lanciato in Italia a fine 2020, e successivamente negli Stati Uniti, Canada, Australia e Germania nel corso del 2021 e in Spagna e Francia a inizio 2022, sarà progressivamente adottato da tutti i Paesi del Gruppo in un'ottica di armonizzazione di quanto già presente a livello locale<sup>30</sup>. 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.

Nel 2020 Amplifon ha adottato la *Group Whistleblowing Policy*, successivamente aggiornata al fine di recepire le modifiche normative e variazioni organizzative intercorse, in linea con le *best practice* di riferimento. All'interno della *Whistleblowing Policy*, la cui ultima *release* è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione di Amplifon S.p.A. a luglio 2021, sono definite quali tipologie di comportamenti illeciti, di cui dipendenti di Amplifon o terze parti vengano a conoscenza, possano essere segnalati, nonché le relative modalità di segnalazione.

La Policy prevede l'istituzione 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



**VAI ALLA PAGINA**

**LOTTA ALLA  
CORRUZIONE E  
MODELLO 231**



30 - 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.

effettuare delle segnalazioni: oltre alla posta ordinaria e ad uno specifico indirizzo e-mail dedicato, è stata sviluppata 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.

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

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 del servizio offerto e nuove acquisizioni, sempre nell'ambito di un approccio etico alla concorrenza. A tal fine, la funzione Legal Affairs ha il compito di assicurare che il comportamento competitivo di Amplifon abbia luogo nel rispetto dei principi etici e delle leggi applicabili.

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, è pertanto un obiettivo primario di Amplifon quello di osservare tutte le procedure in essere per la corretta gestione dei rapporti con i clienti, fornire accurate ed esaurienti informazioni circa i prodotti e i servizi, nonché attenersi a verità nelle comunicazioni pubblicitarie o di altro genere.

Una comunicazione responsabile e affidabile verso i clienti costituisce un aspetto cruciale al fine di prevenire qualsiasi rischio di non conformità con le disposizioni normative esistenti, così come ogni danno reputazionale. Al fine di promuovere pratiche di marketing e vendita responsabili, assicurando interazioni trasparenti e affidabili con i clienti e gli stakeholder, Amplifon si è dotata di **linee guida globali** che prevedono che qualsiasi contenuto

+5.700

ORE DI TRAINING  
SPECIFICHE SULLA  
WHISTLEBLOWING  
POLICY EROGATE  
NEL 2021 PER OLTRE  
2.000 DIPENDENTI

di marketing, dalla campagna televisiva alla brochure, sia sottoposto alla revisione di un legale affinché venga assicurato il rispetto delle normative locali legate alla promozione di dispositivi medici e alla comunicazione pubblicitaria. In ogni caso, il Codice Etico prevede che tutti i dipendenti e i collaboratori a 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. Nello specifico, il personale a diretto contratto con la clientela è tenuto a fornire informazioni complete, precise e veritiere sui prodotti e i servizi, nonché spiegare chiaramente quanto contenuto nelle campagne pubblicitarie o di altro tipo, in modo da consentire ai clienti di prendere una decisione informata. A supporto di ciò, cerchiamo sempre di costruire dei 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.

## LOTTA ALLA CORRUZIONE

**Così come previsto dalla Policy di Sostenibilità e dal nostro Codice Etico, siamo fortemente impegnati nel condurre le nostre attività in modo corretto e onesto in tutto il mondo, in conformità con le leggi e i regolamenti vigenti nei Paesi in cui operiamo, e abbiamo tolleranza zero verso pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi e sollecitazioni di vantaggi.**

Al fine di proibire, in favore di chiunque, qualsiasi pratica di corruzione attiva e passiva, Amplifon fornisce regole specifiche per la sua prevenzione, nonché per la gestione dei rischi di corruzione che possono manifestarsi nello svolgimento delle transazioni aziendali. A tal proposito, nel 2017 il Consiglio di Amministrazione di Amplifon S.p.A. ha approvato la **Policy Anticorruzione** di Gruppo, intesa a garantire lo svolgimento etico delle attività quotidiane, proteggendo la creazione del valore ed i principi fondamentali su cui le attività stesse di Amplifon si fondano. Tutti gli amministratori e 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 delle leggi che disciplinano la corruzione nei vari Paesi.

Le disposizioni e le linee guida contenute nella Policy sono ispirate dalla nostra *corporate culture* e dai principi comportamentali dichiarati nel nostro 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. A seguito della sua approvazione, la Policy è stata formalmente comunicata nel 2017 ed è stata oggetto di formazione attraverso sessioni dedicate a ciascuna delle tre aree geografiche alle quali hanno partecipato tutti i General Manager e key manager selezionati delle diverse controllate.



**APPROFONDISCI**  
**POLICY**  
**ANTICORRUZIONE**  
**DEL GRUPPO**  
**AMPLIFON**

Nel corso del 2021, la Policy Anticorruzione è stata aggiornata con l'integrazione di ulteriori principi generali e norme specifiche di comportamento e di controllo ispirandosi alle *best practice* ed agli standard internazionali di riferimento in materia. Inoltre, è stata elaborata una versione *short* della Policy contenente i principi di riferimento di cui il Gruppo si è dotato, da condividere con le terze parti interessate tramite pubblicazione sul sito *corporate* di Amplifon.

La funzione Group Internal Audit & Risk Management è incaricata di facilitare la diffusione ed il rispetto della Policy Anticorruzione. A livello locale, le **attività di formazione e awareness in ambito Anticorruzione** sono sviluppate coerentemente con le indicazioni del Gruppo e tenuto conto delle esigenze specifiche dei singoli Paesi. Inoltre, a partire dal 2020, sono stati svolti alcuni "*compliance audit*" nei Paesi in cui il Gruppo opera 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. Su alcune Società acquisite recentemente dal Gruppo sono state svolte, altresì, attività di *awareness* in materia di anticorruzione, nonché di supporto alla mappatura dei rischi di corruzione e all'implementazione dei relativi presidi previsti dalla Policy. Infine, anche attraverso i canali di segnalazione *Whistleblowing*, viene garantito un più efficiente monitoraggio di eventuali comportamenti devianti o non conformi alla Policy Anticorruzione e alle leggi e regolamenti in tale ambito.

+5.200

ORE DI TRAINING  
SPECIFICHE  
SULL'ANTI-  
CORRUZIONE E  
MODELLO 231  
EROGATE NEL 2021  
PER QUASI 1.800  
DIPENDENTI

## IL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

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 ispirandosi alle 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 che vigila sul corretto funzionamento del modello e ne cura l'aggiornamento, è volto 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.

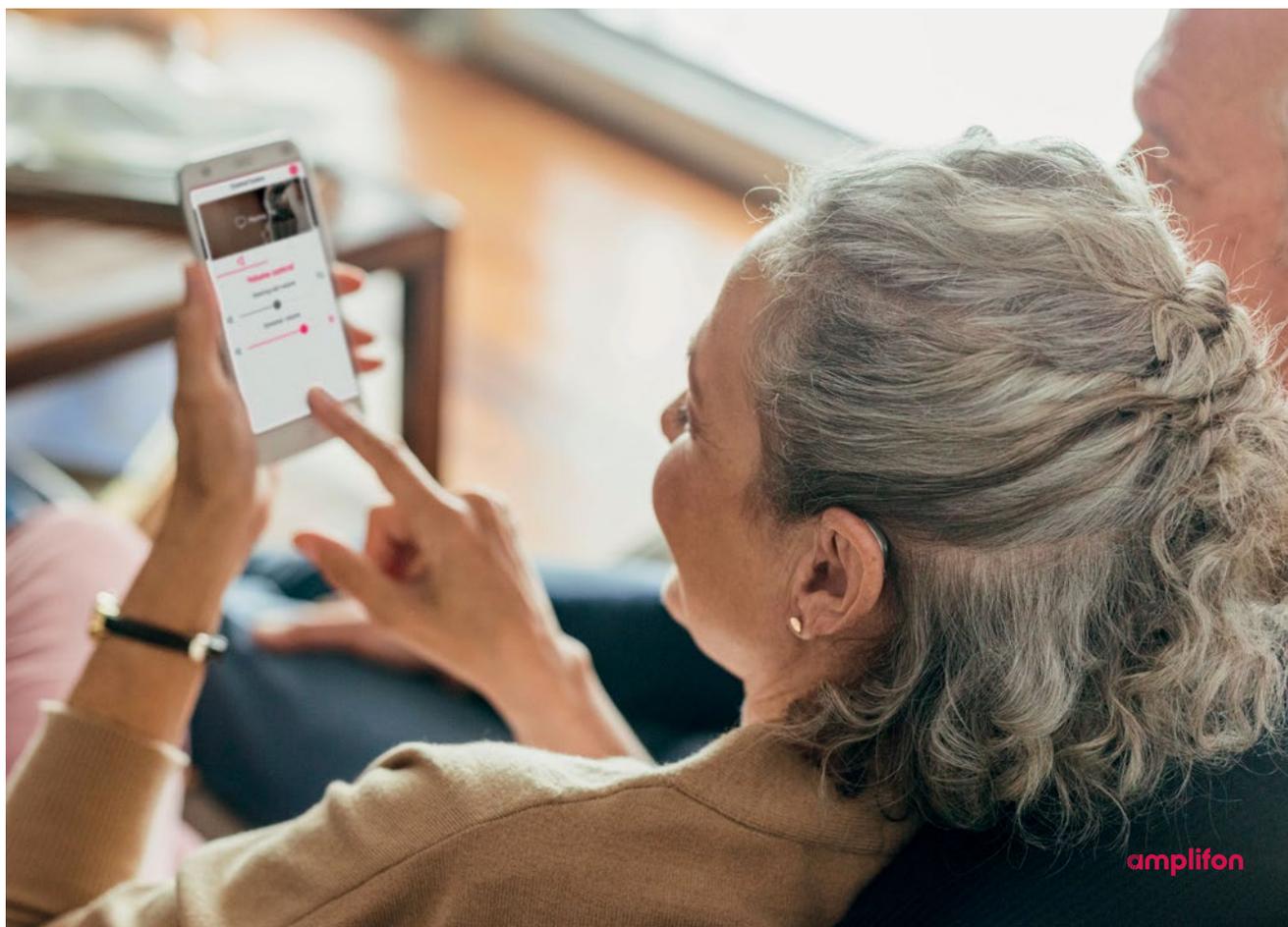


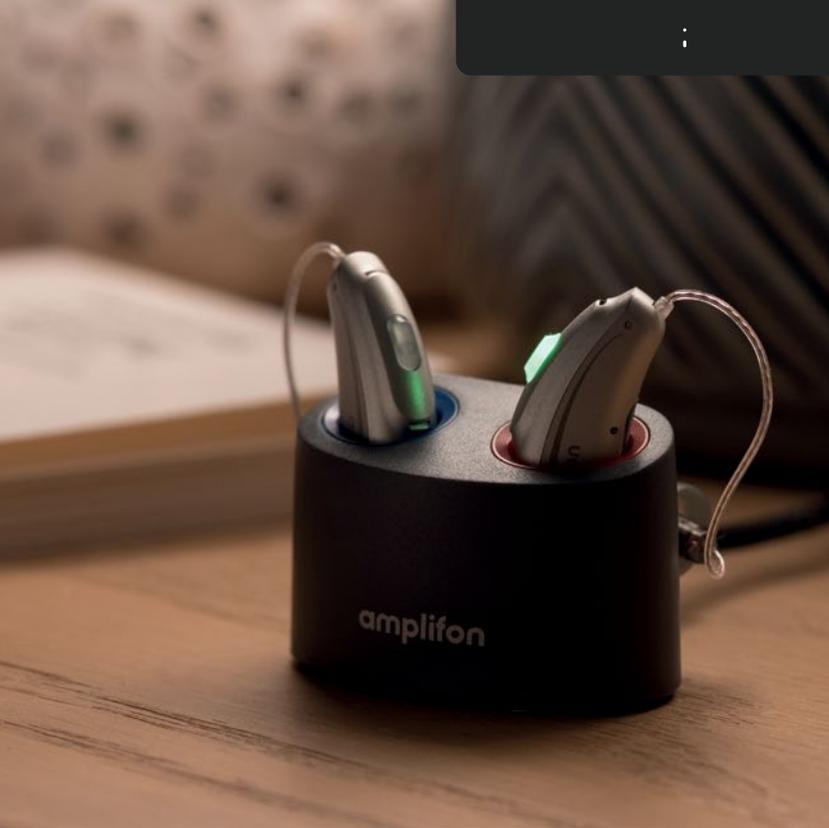
APPROFONDISCI  
MODELLO 231 E  
ORGANISMO DI  
VIGILANZA

Il Modello 231 di Amplifon S.p.A. si compone di una parte generale e di una parte speciale. Nella parte generale sono indicati i principi guida per la conduzione delle operazioni aziendali, 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 comunicazioni istituzionali 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.

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, a seguito della ridefinizione della struttura societaria di Amplifon S.p.A. avvenuta nel primo semestre del 2021, che ha comportato la separazione delle attività operative della Country Italia dalle attività di indirizzo strategico e di coordinamento strategico svolte dalla Capogruppo, è stato estrapolato dal Modello 231 precedentemente in vigore (e dai relativi allegati) il Modello di Amplifon S.p.A. rispetto all'entità Italia, recependo solo le sezioni applicabili all'entità Corporate. Tale Modello è stato approvato dal C.d.A. di Amplifon S.p.A. il 29 aprile 2021. Successivamente, in un'ottica evolutiva ed in coerenza con le *best practice* di riferimento, è stata effettuata una revisione del sistema di gestione 231 di Amplifon S.p.A., che ha previsto l'aggiornamento della mappatura rischi-reato rispetto alle recenti modifiche legislative in materia di reati presupposto, nonché la revisione del Modello 231 secondo un'ottica di processo. La nuova versione del Modello 231 è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione in occasione dell'adunanza del 29 luglio 2021. 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 (e.g., D.Lgs. 231/01 in Italia, Ley Organica in Spagna, ecc.).





## 5.3 GESTIONE DEL PROCUREMENT E SUPPLY CHAIN

La gestione responsabile del *procurement* e della catena di fornitura è essenziale per garantire il rispetto dei più alti standard etici lungo la catena del valore. Per questo, stiamo progressivamente integrando specifici criteri di sostenibilità nella selezione e qualifica dei nostri fornitori, sempre garantendo la massima qualità dei prodotti e 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 dalle funzioni globali e fino a quelle di regione e di Paese. Tutte le attività sono allineate e coordinate alle guidelines ed alla governance esercitate a livello centrale. I *management team* nazionali hanno la responsabilità dell'implementazione locale delle linee guida globali, sia in termini tattici che in termini operativi, nonché di definire ed implementare ulteriori aspetti specifici e circoscritti ad un determinato mercato o *business unit*.

### 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).

### PROCUREMENT DI ACQUISTI INDIRETTI

Acquisto di prodotti e servizi non direttamente collegati ai dispositivi acustici (marketing e pubblicità, canoni di locazione, IT, facility management, consulenze, spese generali, servizi logistici).

### SUPPLY CHAIN

Gestione delle fasi di logistica e magazzino (definizione del modello logistico-distributivo, 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).

## QUALIFICA E STANDARD DI CONDOTTA

Durante la fase di qualifica, tutti i fornitori devono prendere atto e 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, a partire dal 2019 è richiesto che tutti i fornitori di dispositivi acustici, il cui contratto è soggetto a rinegoziazione, riconoscano e rispettino i principi espressi nella Policy di Sostenibilità di Amplifon.

Inoltre, a inizio 2022 è stato definito e 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* di Amplifon per una conduzione etica e responsabile del business, nonché per la piena compliance alla legislazione nazionale e internazionale<sup>31</sup>. Tale Codice sarà progressivamente integrato all'interno del processo di qualifica affinché qualunque fornitore, che sia esso nuovo o abbia già un rapporto commerciale con Amplifon, sottoscriva l'adesione e la proattiva implementazione dei principi e degli standard relativi all'etica di business, compliance, anticorruzione, ditti umani e dei lavoratori, diversità e inclusione, salute, sicurezza, ambiente, ecc.. Per rafforzare ulteriormente la cooperazione lungo l'intera catena del valore, oltre ad integrare tali principi e standard nelle proprie attività, ai fornitori viene richiesto di trasmettere i medesimi alla rispettiva forza lavoro e ai loro propri fornitori, adoperandosi affinché vengano rispettati, nonché di assicurarsi che i loro subcontraenti o qualsiasi terza parte che lavori per loro conto operi nel pieno rispetto di tali principi. In ragione di ciò, per mezzo di specifiche clausole contrattuali, Amplifon si riserva il diritto di verificare la buona condotta dei fornitori richiedendo eventuale documentazione a supporto ed altre informazioni che dimostrino il rispetto del Codice Etico e del Codice di Condotta per Fornitori, nonché di condurre eventuali attività di audit specifiche su questi temi. La violazione di tali norme, principi e standard minimi di condotta può costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali, con ogni conseguenza di legge.

L'implementazione del Codice di Condotta dei Fornitori rappresenta il primo tassello del **nuovo framework globale di valutazione dei fornitori** che, così come previsto dal nostro Piano di Sostenibilità, è stato definito 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 permette di classificare ogni fornitore in una specifica classe di rischio ESG (basso, medio, alto) basandosi su metriche e indicatori universalmente riconosciuti e inerenti alle principali tematiche etiche, sociali e ambientali.



**APPROFONDISCI**  
**CODICE DI**  
**CONDOTTA DEI**  
**FORNITORI**

31 - 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.

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.

Entro il 2023 tale framework verrà implementato in almeno un Paese in cui opera il Gruppo come progetto pilota. I risultati di questo pilota saranno poi oggetto di ulteriore valutazione e *fine-tuning* allo scopo di rivedere e migliorare lo strumento stesso e procedere ad un piano di implementazione negli altri Paesi del Gruppo nel corso degli anni successivi.

## PRODUTTORI DI DISPOSITIVI ACUSTICI

In qualità di leader globale intratteniamo relazioni solo con i migliori produttori di dispositivi acustici, a garanzia della sicurezza e qualità dei prodotti venduti, nonché del supporto ai nostri clienti per tutta la durata di vita attesa dei prodotti in tutti i Paesi in cui operiamo. Dialogando con i responsabili dei vari Paesi e dei diversi mercati, la funzione Procurement & Supply Chain è anche in grado di selezionare i fornitori, i prodotti e le tecnologie più idonei ai diversi mercati.

Poiché l'evoluzione delle tecnologie impiegate nella progettazione dei dispositivi acustici costituisce un elemento rilevante nella definizione delle modalità di interazione con i clienti, l'interazione con i produttori di dispositivi acustici riveste un ruolo cruciale per il nostro business. 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 ai nostri clienti. 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 e collaboriamo con i produttori per migliorare l'esperienza uditive complessiva e di utilizzo da parte dei clienti, fornendo indicazioni utili allo sviluppo dei prodotti futuri.



### PROCESSO DI ACQUISTO DI BENI E SERVIZI INDIRETTI

Nel 2021 abbiamo continuato l'implementazione di un nuovo modello unico e armonizzato per la gestione delle richieste di acquisti indiretti, e dei relativi contratti e ordini di acquisto. Tale modello, che sarà progressivamente adottato in tutti i Paesi del Gruppo, si basa sulle tecnologie di più recente sviluppo in ambito ERP cloud-based, in modo da fornire a tutte le persone di Amplifon la stessa esperienza di acquisto, ovunque esse si trovino e qualsiasi

sia la tipologia di fabbisogno che si voglia soddisfare. Al contempo, grazie a questa armonizzazione, avremo la possibilità di monitorare costantemente le attività di acquisti indiretti e quindi di valutare al meglio e senza ritardi, con uno sforzo minimo, l'andamento del nostro profilo di spesa, potendo cogliere tutte le opportunità di miglioramento e di ottimizzazione che saremo in grado di individuare.

## SUPPLY CHAIN

La logistica di distribuzione dei dispositivi acustici e degli accessori connessi varia nelle diverse aree geografiche in cui operiamo. Mentre negli Stati Uniti è operata direttamente dai fornitori verso i membri di Miracle-Ear, nelle aree EMEA, APAC e in Canada il processo di approvvigionamento prevede che, una volta stabiliti il profilo uditivo e le esigenze del cliente, il negozio inoltri la richiesta di acquisto per il prodotto individuato alla funzione locale responsabile degli approvvigionamenti che, a livello centrale per ogni Paese, gestisce l'ordine avviando il trasferimento scorte dai magazzini o inviando l'ordine ai fornitori, i quali provvedono a inviare direttamente il prodotto al magazzino centrale del Paese o al negozio. Nel caso in cui il prodotto identificato consista in un dispositivo endoauricolare o qualora si renda necessario utilizzare un inserto auricolare su misura, si procede a rilevare l'impronta in silicone del canale uditivo che, una volta solidificata, viene inviata alle aziende produttrici con successiva consegna della protesi endoauricolare da parte del fornitore direttamente presso il negozio. In LATAM, a seguito del completamento della prima fase di integrazione sulla base dei processi e strumenti esistenti, si prevede un ulteriore step implementando nuove soluzioni di processo attualmente in fase di *roll-out* nelle aree EMEA e APAC.

Nell'ambito dell'organizzazione supply chain, Amplifon ha la responsabilità di pianificare le scorte di negozio e dei magazzini locali, di raccogliere e evadere i fabbisogni organizzando il trasporto dai magazzini ai punti vendita e viceversa, nonché di ricevere e gestire le scorte nei magazzini locali. Inoltre, Amplifon gestisce il trasporto 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 ai tali produttori, siamo impegnati nell'ottimizzazione della logistica al fine di ridurre i relativi consumi energetici, l'emissione di CO<sub>2</sub> 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 2021 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 la logistica dei trasporti. Facendo leva su un'integrazione end-to-end con i fornitori a monte e i punti vendita a valle, intendiamo rendere più efficiente la 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.



## 5.4 L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

**Così come richiamato dal Codice Etico e dalla Policy di Sostenibilità, siamo impegnati a tutelare l'ambiente mediante specifiche iniziative di monitoraggio dell'impronta ambientale delle nostre attività, sia per le sedi che per il network di negozi.**

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, in Amplifon siamo sensibili e attenti alle questioni ambientali e alle sfide poste dal cambiamento climatico. Siamo consapevoli del fatto che, ai fini dell'efficacia di qualsiasi strategia di responsabilità d'impresa lungimirante, occorre intraprendere iniziative tese alla valutazione del proprio impatto ambientale, in modo da assicurare il massimo rispetto per il pianeta e per le generazioni future. Per questo, la natura stessa del nostro modo di fare business è orientata a ridurre al minimo gli impatti ambientali delle nostre attività, favorendo sempre di più i processi di efficientamento e dematerializzazione propri del business, sempre nel pieno rispetto di tutte le normative ambientali vigenti.

Tale impegno dal 2019 viene anche attuato tramite specifiche iniziative locali di promozione della responsabilità ambientale, anche al fine di sensibilizzare i dipendenti su tali tematiche. Tra queste vi sono alcuni progetti pilota nelle sedi centrali per l'aumento della raccolta differenziata e la riduzione dei rifiuti, iniziative volte a promuovere la riduzione degli sprechi alimentari, la riduzione della plastica monouso e all'utilizzo responsabile delle stampanti. Ad esempio, 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. Anche i *facility team* locali, responsabili per le tematiche ambientali, hanno attuato negli anni interventi di ottimizzazione dei consumi energetici, come ad esempio in occasione della ristrutturazione dell'Headquarter centrale di Milano (Italia) o la progressiva sostituzione dell'illuminazione dei negozi diretti con lampade a LED.

## ENERGIA E CLIMA

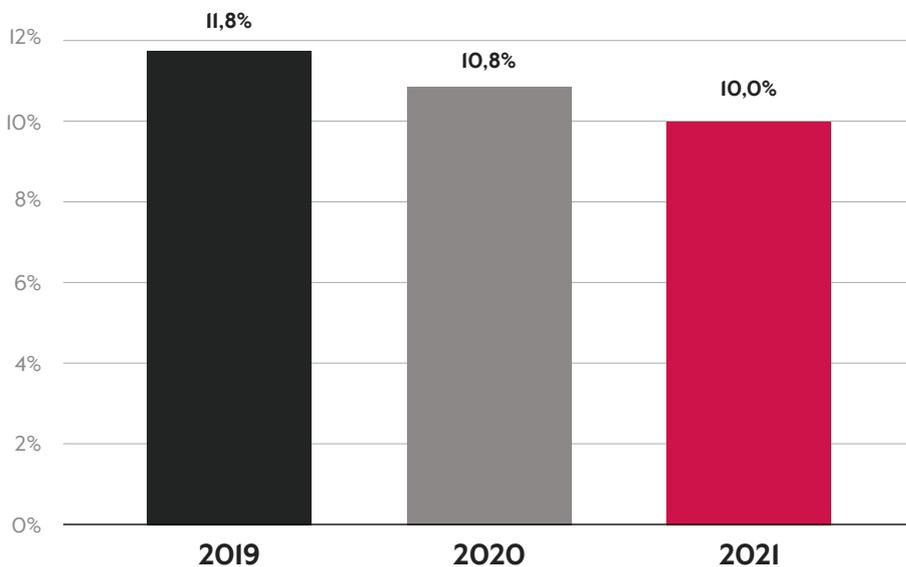
Nel 2021 abbiamo continuato a monitorare le principali performance ambientali delle sedi centrali e del network di negozi diretti, con l'obiettivo di dare ai nostri stakeholder una visione quanto più completa possibile. I nostri uffici e negozi diretti in Italia, Germania, Olanda, e in parte anche in Australia, Regno Unito, Portogallo e Svizzera, nel 2021 si sono riforniti di **energia elettrica certificata come proveniente da fonti rinnovabili** tramite l'ottenimento di Garanzie di Origine, permettendo di evitare l'emissione di circa 4.400 tonnellate di CO<sub>2e</sub> (calcolate secondo l'approccio Market-based). Tale pratica, grazie al Piano di Sostenibilità, verrà estesa anche ad altri Paesi nei prossimi anni, contribuendo così ad una quota sempre maggiore di CO<sub>2e</sub> indiretta evitata.

Anche nel 2021 il riscaldamento, il condizionamento e l'illuminazione dei nostri uffici e negozi hanno costituito la quota maggiore dei consumi energetici del Gruppo. Durante l'anno sono stati consumati circa 30 GWh di energia elettrica, suddivisi tra consumi per i negozi diretti (circa 25 GWh, di cui il 28% proveniente da fonti rinnovabili) e sedi centrali (circa 5 GWh, di cui il 38% provenienti da fonti rinnovabili). Gli altri consumi energetici sono stati dovuti al riscaldamento delle sedi e dei negozi, principalmente relativi al consumo di gas naturale e, in misura minore, olio combustibile e teleriscaldamento, nonché al consumo di combustibili connesso al parco auto aziendale.

Nonostante nel 2021, alla luce della ripresa delle piene attività di business rispetto ai periodi emergenziali dell'anno precedente, si sia registrato un incremento dei consumi energetici totali di circa il 16% rispetto al 2020 (circa 196 TJ rispetto ai 168 TJ del 2020), si segnala una **diminuzione del 4% dei consumi totali rispetto al livello pre-pandemico del 2019** (205 TJ) e, soprattutto, un trend positivo in termini di intensità energetica: infatti, nel 2021 **il rapporto tra il consumo totale di energia e i ricavi risulta essere pari a circa il 10,0%, in sostanziale diminuzione sia rispetto al 2020 (10,8%) sia rispetto al 2019 (11,8%)**.

### INTENSITÀ ENERGETICA

#### CONSUMI TOTALI DI ENERGIA RISPETTO AI RICAVI (GJ/K€)



~30%

DELL'ENERGIA  
ELETTRICA  
ACQUISTATA  
PROVIENE DA FONTI  
RINNOVABILI

~4.400

TON CO<sub>2e</sub>  
EVITATE GRAZIE  
ALL'ACQUISTO DI  
ENERGIA ELETTRICA  
RINNOVABILE

-4%

DEI CONSUMI  
ENERGETICI  
RISPETTO AI LIVELLI  
PRE-PANDEMICI

In linea con quanto emerso dall'analisi di materialità e con le richieste delle raccomandazioni della TCFD, monitoriamo periodicamente l'impatto ambientale delle nostre attività anche in termini di emissioni dirette ed indirette di gas a effetto serra secondo metriche specifiche universalmente riconosciute per la corretta gestione degli impatti sul cambiamento climatico. Queste comprendono, oltre al monitoraggio dei consumi energetici, anche il calcolo delle emissioni direttamente causate dall'attività del Gruppo (Scope 1), ovvero quelle derivanti dai consumi energetici per il riscaldamento delle sedi e dei negozi diretti, dal consumo di carburante per il parco auto aziendale, e dai gas refrigeranti impiegati negli impianti di condizionamento, nonché le emissioni indirette derivanti dai consumi di energia elettrica e termica acquistata dall'esterno (Scope 2)<sup>32</sup>, e le emissioni indirette dovute ai viaggi aziendali dei dipendenti (Scope 3, con particolare riferimento alla categoria 3.6 del GHG Protocol).

In particolare, nel 2021 le emissioni dirette di gas a effetto serra (Scope 1) si sono attestate a circa 5,2 migliaia di tonnellate di CO<sub>2e</sub>, le emissioni indirette (Scope 2) a circa 8,4 migliaia di tonnellate di CO<sub>2e</sub> (calcolate secondo l'approccio Location-based, mentre secondo l'approccio Market-based pari a circa 6,6 migliaia di tonnellate di CO<sub>2e</sub>), mentre le emissioni legate ai viaggi aziendali (Scope 3) sono state pari a circa 1,8 migliaia di tonnellate di CO<sub>2e</sub>.

#### EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA 2021 (TON CO<sub>2e</sub>)



## CIRCOLARITÀ E GESTIONE DEI 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 2021 si è attestata a circa 301 tonnellate (in diminuzione del 2% rispetto al 2020), di cui circa il 94% riferito a rifiuti non pericolosi e circa il 32% riutilizzato o mandato a recupero.

**-2%**  
**DEI RIFIUTI  
 PRODOTTI NEL 2021  
 RISPETTO AL 2020**

32 - Così come richiesto dallo standard di rendicontazione utilizzato (GRI Sustainability Reporting Standards) sono presentati due diversi approcci di calcolo delle emissioni indirette di Scope 2: "Location-based" e "Market-based". L'approccio "Location-based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica. L'approccio "Market-based" prevede lo scorporo dell'energia elettrica e termica acquistata da fonti rinnovabili e certificati da Garanzie di Origine, nonché l'utilizzo, come fattore di emissione, del "residual mix" nazionale, ove disponibile. I fattori di emissione utilizzati e le relative fonti sono descritti nella "Nota metodologica".

I consumi idrici totali, relativi ai soli usi civili negli uffici diretti e nei negozi, nel 2021 sono stati stimati pari a circa 266 migliaia di metri cubi<sup>33</sup>.

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, dal 2018 al 2021 abbiamo contribuito al risparmio di circa 131 milioni di batterie che altrimenti sarebbero state utilizzate dai clienti**, di cui quasi 57 milioni grazie ai dispositivi ricaricabili venduti nel solo 2021<sup>34</sup>. 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. Tra le misure a favore dell'economia circolare, oltre alle iniziative promosse nelle sedi, va segnalato anche che alcuni Paesi, tra cui l'Olanda, stanno progressivamente fornendo i negozi di punti di raccolta per le batterie usate dai clienti per i loro dispositivi acustici non ricaricabili, in modo da garantirne il corretto riciclo.

~131 mln

DI BATTERIE  
RISPARMIATE GRAZIE  
ALLA VENDITA DEI  
DISPOSITIVI ACUSTICI  
RICARICABILI



#### ACTING RESPONSIBLY VALUE

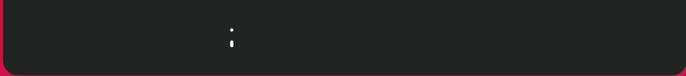
### IL NUOVO PACKAGING ECO-SOSTENIBILE DEI PRODOTTI AMPLIFON

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. Si tratta di un packaging in carta 100% riciclabile, che riduce al minimo la percentuale di componenti in plastica per mantenere il buon funzionamento del prodotto durante la sua vita utile. Data la limitata presenza di materiali secondari, il Cubo è interamente riciclabile e, nonostante sia ideato per durare a lungo nelle

case dei nostri clienti, può essere smaltito con i rifiuti di carta. Inoltre, secondo le normative vigenti in ambito di etichettatura ambientale, sulla confezione è segnalato 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 proseguirà durante tutto il 2022 ed il 2023, coinvolgendo progressivamente la quasi totalità dei Paesi in cui Amplifon è presente.

33 - La quantità di acqua consumata dagli uffici e dai negozi per usi civili è stata stimata sulla base dei consumi idrici dell'HQ e riproporzionata sul numero totale di dipendenti.

34 - La quantità di batterie "risparmiate" è stimata sulla base del numero di dispositivi ricaricabili venduti e in circolazione, la quantità media di batterie utilizzate annualmente da un dispositivo non ricaricabile, e una vita media del dispositivo pari a 5 anni.



# APPENDICE

 **amplifon**

# UNIVERSO DEI TEMI DI SOSTENIBILITÀ DI AMPLIFON

Nella seguente tabella è illustrato l'universo dei 20 temi economici, ambientali e sociali valutato durante l'analisi di materialità 2021 di Amplifon. Per ogni pillar o area di impegno, sono elencati i temi di sostenibilità che sono stati oggetto di valutazione, la loro materialità (valutata secondo il principio della doppia materialità, 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
<b>Amplifon business</b>	Resilienza e redditività nel lungo termine	■
	Approccio strategico e governance della sostenibilità	■
<b>Product &amp; Service Stewardship</b>	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	■
<b>People Empowerment</b>	Attrazione e sviluppo delle risorse chiave	■
	Salute e sicurezza dei dipendenti	■
	Diversità, equità e inclusione	■
	Benessere e coinvolgimento delle persone	■
<b>Community Impact</b>	Sensibilizzazione ed educazione al benessere uditivo	■
	Supporto alle comunità locali	■
<b>Ethical Behavior</b>	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 <i>employer of choice</i> 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 STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Di seguito sono presentate le principali attività di stakeholder engagement svolte nel 2021. Le attività sono dettagliate sulla base di canali di engagement utilizzati, eventuali temi sollevati e relative risposte di Amplifon.

Stakeholder	Tipo di attività di coinvolgimento
Persone con ipoacusia	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)
Personale dipendente	Programmi di condivisione interna (One Amplifon, Leadership Touchpoint, Townhall, global functional conferences), 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
Franchisee e agenti <sup>35</sup>	Focus group, Global Engagement Survey, convegni annuali
Azionisti, investitori 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
Produttori di dispositivi acustici <sup>36</sup>	Riunioni di business review, confronto in fase di definizione di termini e condizioni di nuovi contratti, partnership
Fornitori <sup>36</sup>	Incontri diretti, visite in loco, partecipazione a <i>speaking opportunities</i> organizzate dai fornitori, partnership
Autorità di regolamentazione	Dialogo con le istituzioni e partecipazione a tavoli di lavoro, consultazione periodica e progetti congiunti
Associazioni di settore e dei consumatori	Focus group, seminari, conferenze, presentazioni pubbliche e progetti congiunti
Sistema sanitario	Indagini, riunioni con organizzazioni sanitarie (UE, WHO)
Headhunter e Università	Collaborazione in progetti di ricerca, incontri nelle Università, offerte di tirocini e partnership con Università
Media/influencers	Comunicati stampa, conference call, canali social, media conference, interviste, partecipazione a <i>speaking opportunities</i>

35 - 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.

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

36 - 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 materiali<sup>37</sup>, tra cui quelli riconducibili agli

## POTENZIALI RISCHI CONNESSI AI TEMI ESG MATERIALI PER AMPLIFON (1/2)

Temî 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 e globale e alle incertezze derivanti dagli effetti del Covid-19	L'evoluzione del contesto globale in merito ai principali macro-trend, con particolare riferimento alla diffusione del Covid-19 e alle relative misure restrittive adottate dai singoli Paesi, potrebbe portare a una riduzione del traffico nei punti vendita e conseguentemente nei ricavi e nella redditività
Approccio strategico e governance della sostenibilità	Potenziali rischi strategici e di non conformità legati alle evoluzioni normative sulle tematiche di sostenibilità	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 alla cura dell'udito, potrebbero avere un impatto sulla penetrazione dei prodotti e dei servizi offerti da Amplifon, limitando così la disponibilità e accessibilità alla cura dell'udito
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 <i>cybersecurity</i> 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 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 potrebbe portare a impatti in termini di reputazione, credibilità e fiducia
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'industry 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 pipeline 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

37 - Si segnala che maggiori dettagli relativi ai principali rischi identificati nel processo di ERM 2021 (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, sono descritti nella Relazione sulla Gestione al 31 dicembre 2021 dell'Annual Report 2021 (sezione "Gestione dei rischi").

aspetti espressamente richiamati dal D.Lgs. 254/2016. 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.

#### Risposta al rischio/Modalità di gestione<sup>38</sup>

- Benefici derivanti dalle azioni implementate a partire dal 2020 sul contenimento dei costi, massimizzazione della generazione di cassa e rafforzamento della struttura finanziaria
- Istituzione e 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

- Attività di supervisione delle questioni legate alla sostenibilità da parte del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità
- 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
- 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

- Offerta di esami, test dell'udito e trial gratuiti
- Investimenti nell'espansione del network
- 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

- 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

- Conformità al Regolamento generale sulla protezione dei dati (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)
- Rafforzamento della protezione della rete aziendale tramite strumenti di controllo con intelligenza artificiale
- Attività di training e di sensibilizzazione

- 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

- Intensificazione delle iniziative di *employer branding*, partnership con le università, percorsi di tirocinio, attività di *recruiting e talent attraction*
- 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)
- Riconoscimento e investimento nei *top performer* e nei talenti

38 - 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
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 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 retention 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, 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 reputazionali legati ad una non piena efficace diffusione di conoscenze e di risorse per le comunità locali	Un non adeguato supporto alle comunità locali tramite lo sviluppo di risorse e la diffusione di conoscenze 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 degli apparecchi acustici e servizi correlati) 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 <sup>40</sup>	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 potrebbero comportare, oltre che a un danno alla reputazione, 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

38 - 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.

## Risposta al rischio/Modalità di gestione<sup>38</sup>

- 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
- Istituzione e 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
- Attività di formazione, comunicazione e coinvolgimento interno
- Lancio dell'edizione 2021 della *Global Engagement Survey* "Your Voice"
- Adesione al UN Global Compact delle Nazioni Unite

- Codice Etico e programmi di "corporate culture"
- Policy di Sostenibilità
- Attività di formazione, comunicazione e coinvolgimento interno
- Lancio dell'edizione 2021 della *Global Engagement Survey* "Your Voice"
- Adesione al UN Global Compact delle Nazioni Unite
- Programma di smart working
- Pacchetto di flexible benefit
- Sistemi di incentivazione di breve e lungo termine

- 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 sulle 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 tramite progetti ad hoc rispondenti alle singole necessità (es. sponsorizzazioni, donazioni liberali, ecc.)

- Istituzione della funzione Regulatory Affairs
- 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

- 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 ambientali<sup>39</sup>
- Adozione della Policy di Sostenibilità
- Studio di misure e iniziative per la riduzione dei rifiuti negli uffici e dei negozi (ad es. tramite la raccolta differenziata)
- Progressiva vendita di dispositivi acustici ricaricabili per la riduzione delle batterie
- Adesione al UN Global Compact delle Nazioni Unite

- Training erogato a referenti locali in merito alla rendicontazione dei dati ambientali<sup>39</sup>
- 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 certificati da Garanzie di Origine per uffici e negozi diretti
- Adesione al UN Global Compact delle Nazioni Unite

- 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
- Definizione di un nuovo framework globale per la valutazione dei fornitori sulla base dei principali rischi ESG
- Adesione al UN Global Compact delle Nazioni Unite

39- 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.

40- 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, nonché un rafforzamento delle normative nazionali e internazionali per l'efficientamento energetico e la mitigazione del *climate change*. Purchè, in considerazione del modello di business di Amplifon, non sono 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*.

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 emergenti normative 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, nonché a potenziali sanzioni pecuniarie e danni reputazionali	Transizione - Policy
Potenziali rischi di mercato 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> , <i>packaging</i> sostenibile, layout sostenibile dei negozi, ecc.) potrebbe causare una perdita di competitività nel settore, oltre che a danni reputazionali	Transizione - Reputazionale Transizione - Tecnologico
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

41 - 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 gestione	Potenziali opportunità
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Training erogato a referenti locali in merito alla rendicontazione dei dati ambientali<sup>41</sup></li> <li>• Studio di misure e iniziative per l'efficiamento energetico negli uffici e dei negozi</li> <li>• Progressivo acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili certificati da Garanzie di Origine per uffici e negozi diretti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• Opportunità di promozione di buone pratiche di comportamento e compliance ambientale verso i fornitori</li> <li>• 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</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attività di formazione e coinvolgimento interno</li> <li>• Sessioni di induction con il Top Management e le principali funzioni aziendali</li> <li>• Monitoraggio dei macro trend di settore e di mercato e dell'evoluzione normativa in materia di climate change</li> <li>• Redazione annuale della Dichiarazione non Finanziaria</li> <li>• Primo esercizio di rendicontazione in linea con le raccomandazioni della TCFD</li> <li>• Piano di Sostenibilità</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opportunità di definizione di strategie ed obiettivi di lungo periodo per la lotta al <i>climate change</i></li> <li>• Opportunità di attrarre nuove tipologie di finanziamenti (finanziamenti Green-Social)</li> </ul>

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

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.

# INDICATORI DI PERFORMANCE

## CORPORATE GOVERNANCE

### COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE<sup>42</sup> AL 31 DICEMBRE 2021

Ruolo	Nome	Esecutivo	Indipendente <sup>43</sup>	C.C.R.S. <sup>44</sup>	C.R.N. <sup>45</sup>	Genere	Nazionalità	Anno di nascita	Anno prima nomina	Tasso di partecipazione
Presidente	<b>Susan Carol Holland</b>			•	•	F	Italiana	1956	2001	100%
Amministratore Delegato	<b>Enrico Vita</b>	•				M	Italiana	1969	2015	100%
Consigliere	<b>Andrea Casalini</b>		•		•	M	Italiana	1962	2016	100%
Consigliere	<b>Alessandro Cortesi<sup>46</sup></b>		•	•		M	Italiana	1962	2016	100%
Consigliere	<b>Maurizio Costa</b>		•		•	M	Italiana	1948	2007	83,3%
Consigliere	<b>Laura Donnini</b>		•	•		F	Italiana	1963	2016	100%
Consigliere	<b>Maria Patrizia Grieco</b>		•		•	F	Italiana	1952	2016	100%
Consigliere	<b>Lorenzo Pozza</b>		•	•		M	Italiana	1966	2016	100%
Consigliere	<b>Giovanni Tamburi</b>					M	Italiana	1954	2013	100%

### COMPOSIZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE<sup>47</sup> AL 31 DICEMBRE 2021

Ruolo	Nome
Presidente	<b>Raffaella Pagani<sup>48</sup></b>
Effettivo	<b>Patrizia Arienti</b>
Effettivo	<b>Dario Righetti</b>
Supplente	<b>Alessandro Grange<sup>48</sup></b>
Supplente	<b>Maria Venturini</b>

42 - L'attuale Consiglio di Amministrazione è stato nominato dall'Assemblea degli Azionisti del 17 aprile 2019 e rimarrà in carica fino all'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2021. Durante il 2021, il C.d.A. si è riunito sei volte, con un tasso di partecipazione del 98,3%.

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

44 - C.C.R.S.: Membri del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità. Nel 2021, il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità si è riunito cinque volte con un tasso di partecipazione del 95%.

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

46 - Consigliere espresso dalla lista di minoranza.

47 - 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.

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

## COMPOSIZIONE DEL COMITATO CONTROLLO RISCHI E SOSTENIBILITÀ AL 31 DICEMBRE 2021

Ruolo	Nome	Tasso di partecipazione
Presidente	<b>Lorenzo Pozza</b>	100%
Membro	<b>Susan Carol Holland</b>	100%
Membro	<b>Alessandro Cortesi</b>	80%
Membro	<b>Laura Donnini</b>	100%

## COMPOSIZIONE DEL COMITATO REMUNERAZIONE E NOMINE AL 31 DICEMBRE 2021

Ruolo	Nome	Tasso di partecipazione
Presidente	<b>Maurizio Costa</b>	100%
Membro	<b>Susan Carol Holland</b>	100%
Membro	<b>Andrea Casalini</b>	100%
Membro	<b>Maria Patrizia Grieco</b>	75%

## COMPOSIZIONE DEL COMITATO OPERAZIONI CON PARTE CORRELATE AL 31 DICEMBRE 2021

Ruolo	Nome
Presidente	<b>Andrea Casalini</b>
Membro	<b>Laura Donnini</b>
Membro	<b>Alessandro Cortesi</b>

## COMPOSIZIONE DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA AL 31 DICEMBRE 2021

Ruolo	Nome
Presidente	<b>Lorenzo Pozza</b>
Membro	<b>Laura Donnini</b>
Membro	<b>Laura Ferrara</b> (Group Internal Audit & Risk Management Officer dal 1° febbraio 2021)

## LEAD INDEPENDENT DIRECTOR

Lorenzo Pozza

## DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI

Gabriele Galli

## SEGRETARIO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Federico Dal Poz (nominato il 1° febbraio 2021)

## SOCIETA DI REVISIONE

KPMG S.p.A.

## SFERA ECONOMICA

### VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO<sup>49</sup>

Valore economico direttamente generato e distribuito (migliaia di euro)	2019	2020	2021
<b>Valore economico generato dalla Società</b>	<b>1.737.751</b>	<b>1.572.836</b>	<b>1.957.396</b>
Ricavi <sup>50</sup>	1.737.751	1.572.836	1.957.396
<b>Valore economico distribuito dalla Società</b>	<b>1.455.249</b>	<b>1.262.977</b>	<b>1.613.835</b>
<b>Costi operativi</b>	<b>792.026</b>	<b>697.828</b>	<b>832.793</b>
<b>Ai dipendenti (retribuzione e benefit)</b>	<b>562.996</b>	<b>493.493</b>	<b>639.033</b>
<b>Ai fornitori di capitale</b>	<b>45.070</b>	<b>17.335</b>	<b>65.687</b>
- di cui dividendi	30.939	-	49.356
- di cui interessi pagati ai fornitori di capitale	14.131	17.335	16.331
<b>Alla pubblica Amministrazione</b>	<b>53.564</b>	<b>52.728</b>	<b>72.460</b>
- di cui imposte correnti sul reddito	47.332	47.386	63.437
- di cui altre imposte sulle società e multe	6.233	5.342	9.023
<b>Alla comunità</b>	<b>1.593</b>	<b>1.593</b>	<b>3.862</b>
- di cui membership ad associazioni	-	-	1.400
- di cui donazioni liberali	-	-	2.045
- di cui sponsorship per la comunità	-	-	227
- di cui spese per altre attività legate al business in favore della comunità (es. eventi, università, etc.)	-	-	190
<b>Valore economico trattenuto dalla Società</b>	<b>282.502</b>	<b>309.859</b>	<b>343.561</b>

49 - Si segnala che i dati 2019, 2020 e 2021 presentati nella tabella "Valore economico generato e distribuito" seguono l'applicazione del nuovo principio contabile IFRS 16. Inoltre, coerentemente con quanto riportato nel Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2021, i dati 2021 del "Valore economico generato e distribuito" fanno riferimento allo schema di conto economico in cui il business di Elite è classificato come attività operativa cessata.

50 - 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 2021

Paese	Brand	Corporate shops	Shop-in-shop & corner	Franchisees
Italia	Amplifon	737	2.840	-
Francia	Amplifon	589	115	-
Spagna	GAES	560	131	1
Germania	Amplifon	571	-	-
Olanda	Beter Horen	163	50	-
Regno Unito	Amplifon	105	36	-
Svizzera	Amplifon	100	-	-
Belgio	Amplifon	89	38	8
Ungheria	Amplifon	77	-	-
Portogallo	Minisom	66	100	-
Polonia	Amplifon	77	-	-
Egitto	Amplifon	30	-	-
Israele	Medtechnica Orthophone	58	-	-
<b>EMEA</b>		<b>3.222</b>	<b>3.310</b>	<b>9</b>
USA	Miracle-Ear	206	-	1.325
Canada	Amplifon	73	-	-
Argentina	GAES	24	-	4
Cile	GAES	32	-	-
Colombia	GAES	11	-	2
Ecuador	GAES	19	-	4
Messico	GAES	12	-	-
Panama	GAES	2	-	-
<b>AMERICA</b>		<b>379</b>	-	<b>1.335</b>
Australia	Amplifon, Attune e Bay Audio	376	130	-
Nuova Zelanda	Bay Audiology & Dilworth	116	23	-
India	Amplifon	78	148	-
Cina	Amplifon	115	-	-
<b>APAC</b>		<b>685</b>	<b>301</b>	-
<b>Totale</b>		<b>4.286</b>	<b>3.611</b>	<b>1.344</b>

## SFERA SOCIALE

### DIPENDENTI<sup>51</sup> PER CATEGORIA PROFESSIONALE E AREA GEOGRAFICA AL 31 DICEMBRE

	EMEA <sup>52</sup>			AMERICA			APAC			CORPORATE			GRUPPO		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
<b>Totale Gruppo (N. dipendenti)</b>															
Audioprotesisti (abilitati ai sensi di legge)	3.746	3.726	3.759	234	246	386	822	932	1.150	0	0	0	4.802	4.904	5.295
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	480	421	421	9	17	129	0	10	39	0	0	0	489	448	589
Client advisor e altro personale di negozio	2.336	2.423	2.506	275	216	350	636	670	1.052	0	0	0	3.247	3.309	3.908
Area manager	219	249	219	20	18	27	46	42	78	0	0	0	285	309	324
<b>Totale field force</b>	<b>6.781</b>	<b>6.819</b>	<b>6.905</b>	<b>538</b>	<b>497</b>	<b>892</b>	<b>1.504</b>	<b>1.654</b>	<b>2.319</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8.823</b>	<b>8.970</b>	<b>10.116</b>
Executive	0	0	0	1	1	1	1	1	1	10	10	11	12	12	13
Director	71	78	78	20	12	48	28	31	58	32	33	45	151	154	229
Manager	204	202	208	67	48	47	51	55	66	59	68	90	381	373	411
Professional	925	958	905	217	282	366	437	454	445	49	62	102	1.628	1.756	1.818
<b>Totale back office</b>	<b>1.200</b>	<b>1.238</b>	<b>1.191</b>	<b>305</b>	<b>343</b>	<b>462</b>	<b>517</b>	<b>541</b>	<b>570</b>	<b>150</b>	<b>173</b>	<b>248</b>	<b>2.172</b>	<b>2.295</b>	<b>2.471</b>
<b>Totale dipendenti</b>	<b>7.981</b>	<b>8.057</b>	<b>8.096</b>	<b>843</b>	<b>840</b>	<b>1.354</b>	<b>2.021</b>	<b>2.195</b>	<b>2.889</b>	<b>150</b>	<b>173</b>	<b>248</b>	<b>10.995</b>	<b>11.265</b>	<b>12.587</b>

### DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE AL 31 DICEMBRE

	2019		2020		2021	
	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
<b>Totale Gruppo</b>						
Totale uomini	3.141	28,6%	3.166	28,1%	3.469	27,6%
Totale donne	7.854	71,4%	8.099	71,9%	9.118	72,4%
<b>Totale dipendenti</b>	<b>10.995</b>	<b>100,0%</b>	<b>11.265</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.587</b>	<b>100,0%</b>

51 - I dati dei dipendenti al 31 dicembre 2020 e al 31 dicembre 2021 comprendono dipendenti della società Otohuh s.r.l. (Italia), al contrario di quelli 2019 in cui tale società era esclusa dal perimetro di rendicontazione. Inoltre si segnala che i dati dei dipendenti al 31 dicembre 2021 comprendono i dipendenti della società Bay Audio Pty Ltd (Australia) se pur la stessa società, entrata a far parte del Gruppo ad ottobre 2021, è formalmente esclusa dal perimetro di rendicontazione 2021 e non è inclusa negli altri indicatori di performance su salute e sicurezza, formazione e valutazione delle performance.

52 - Si segnala che i dipendenti di *back office* responsabili della gestione centralizzata a cui fa capo l'area EMEA sono compresi nella Corporate.

	2019		2020		2021	
Field force	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
<b>Totale field force</b>	<b>8.823</b>	<b>80,2%</b>	<b>8.970</b>	<b>79,6%</b>	<b>10.116</b>	<b>80,4%</b>
<b>Uomini</b>	<b>2.217</b>	<b>20,2%</b>	<b>2.177</b>	<b>19,3%</b>	<b>2.357</b>	<b>18,7%</b>
<b>Donne</b>	<b>6.606</b>	<b>60,1%</b>	<b>6.793</b>	<b>60,3%</b>	<b>7.759</b>	<b>61,7%</b>
Audioprotesisti (abilitati ai sensi di legge)	4.802	43,7%	4.904	43,5%	5.295	42,1%
Uomini	1.557	14,2%	1.542	13,7%	1.638	13,0%
Donne	3.245	29,5%	3.362	29,8%	3.657	29,1%
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	489	4,4%	448	4,0%	589	4,7%
Uomini	182	1,7%	174	1,5%	211	1,7%
Donne	307	2,8%	274	2,4%	378	3,0%
Client advisor e altro personale di negozio	3.247	29,5%	3.309	29,4%	3.908	31,0%
Uomini	293	2,7%	253	2,2%	314	2,5%
Donne	2.954	26,9%	3.056	27,1%	3.594	28,5%
Area manager	285	2,6%	309	2,7%	324	2,6%
Uomini	185	1,7%	208	1,8%	194	1,6%
Donne	100	0,9%	101	0,9%	130	1,0%

	2019		2020		2021	
Back office	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
<b>Totale back office</b>	<b>2.172</b>	<b>19,8%</b>	<b>2.295</b>	<b>20,4%</b>	<b>2.471</b>	<b>19,6%</b>
<b>Uomini</b>	<b>924</b>	<b>8,4%</b>	<b>989</b>	<b>8,8%</b>	<b>1.112</b>	<b>8,8%</b>
<b>Donne</b>	<b>1.248</b>	<b>11,4%</b>	<b>1.306</b>	<b>11,6%</b>	<b>1.359</b>	<b>10,8%</b>
Executive	12	0,1%	12	0,1%	13	0,1%
Uomini	11	0,1%	10	0,1%	11	0,1%
Donne	1	0,0%	2	0,0%	2	0,0%
Director	151	1,4%	154	1,4%	229	1,8%
Uomini	107	1,0%	106	0,9%	153	1,2%
Donne	44	0,4%	48	0,4%	76	0,6%
Manager	381	3,5%	373	3,3%	411	3,3%
Uomini	196	1,8%	210	1,9%	229	1,8%
Donne	185	1,7%	163	1,4%	182	1,5%
Professional	1.628	14,8%	1.756	15,6%	1.818	14,4%
Uomini	610	5,5%	663	5,9%	719	5,7%
Donne	1.018	9,3%	1.093	9,7%	1.099	8,7%

## DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E FASCIA DI ETÀ AL 31 DICEMBRE

Totale Gruppo	2019		2020		2021	
	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
Totale <30	2.532	23,0%	2.400	21,3%	2.707	21,5%
Totale 30-50	6.088	55,4%	6.466	57,4%	7.208	57,3%
Totale >50	2.375	21,6%	2.399	21,3%	2.672	21,2%
<b>Totale dipendenti</b>	<b>10.995</b>	<b>100,0%</b>	<b>11.265</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.587</b>	<b>100,0%</b>

Field force	2019		2020		2021	
	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
<b>Totale field force</b>	<b>8.823</b>	<b>80,2%</b>	<b>8.970</b>	<b>79,6%</b>	<b>10.116</b>	<b>80,4%</b>
<b>&lt;30</b>	<b>2.170</b>	<b>19,7%</b>	<b>2.037</b>	<b>18,1%</b>	<b>2.327</b>	<b>18,5%</b>
<b>30-50</b>	<b>4.782</b>	<b>43,5%</b>	<b>5.045</b>	<b>44,8%</b>	<b>5.639</b>	<b>44,8%</b>
<b>&gt;50</b>	<b>1.871</b>	<b>17,0%</b>	<b>1.888</b>	<b>16,8%</b>	<b>2.150</b>	<b>17,1%</b>
Audioprotesisti (abilitati ai sensi di legge)	4.802	43,7%	4.904	43,5%	5.295	42,1%
<30	1.341	12,2%	1.263	11,2%	1.347	10,7%
30-50	2.710	24,6%	2.873	25,5%	3.106	24,7%
>50	751	6,8%	768	6,8%	842	6,7%
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	489	4,4%	448	4,0%	589	4,7%
<30	342	3,1%	301	2,7%	335	2,7%
30-50	127	1,2%	133	1,2%	199	1,6%
>50	20	0,2%	14	0,1%	55	0,4%
Client advisor e altro personale di negozio	3.247	29,5%	3.309	29,4%	3.908	31,0%
<30	479	4,4%	464	4,1%	632	5,0%
30-50	1.728	15,7%	1.812	16,1%	2.090	16,6%
>50	1.040	9,5%	1.033	9,2%	1.186	9,4%
Area manager	285	2,6%	309	2,7%	324	2,5%
<30	8	0,1%	9	0,1%	13	0,1%
30-50	217	2,0%	227	2,0%	244	1,9%
>50	60	0,5%	73	0,6%	67	0,5%

Back office	2019		2020		2021	
	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
<b>Totale back office</b>	<b>2.172</b>	<b>19,8%</b>	<b>2.295</b>	<b>20,4%</b>	<b>2.471</b>	<b>19,6%</b>
<30	362	3,3%	363	3,2%	380	3,0%
30-50	1.306	11,9%	1.421	12,6%	1.569	12,5%
>50	504	4,6%	511	4,5%	522	4,1%
Executive	12	0,1%	12	0,1%	13	0,1%
<30	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
30-50	10	0,1%	8	0,1%	8	0,1%
>50	2	0,0%	4	0,0%	5	0,0%
Director	151	1,4%	154	1,4%	229	1,8%
<30	0	0,0%	0	0,0%	2	0,0%
30-50	120	1,1%	125	1,1%	183	1,5%
>50	31	0,3%	29	0,3%	44	0,3%
Manager	381	3,5%	373	3,3%	411	3,3%
<30	12	0,1%	11	0,1%	9	0,1%
30-50	291	2,6%	301	2,7%	337	2,7%
>50	78	0,7%	61	0,5%	65	0,5%
Professional	1.628	14,8%	1.756	15,6%	1.818	14,4%
<30	350	3,2%	352	3,1%	369	2,9%
30-50	885	8,0%	987	8,8%	1.041	8,3%
>50	393	3,6%	417	3,7%	408	3,2%

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

Totale Gruppo (N. dipendenti)	EMEA			AMERICA			APAC			CORPORATE			GRUPPO		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
<b>Contratto a tempo indeterminato</b>	<b>7.018</b>	<b>7.073</b>	<b>7.111</b>	<b>841</b>	<b>839</b>	<b>1.354</b>	<b>1.878</b>	<b>2.007</b>	<b>2.722</b>	<b>149</b>	<b>173</b>	<b>247</b>	<b>9.886</b>	<b>10.092</b>	<b>11.434</b>
Uomini	1.947	1.955	1.937	228	233	375	534	560	678	89	107	151	2.798	2.855	3.141
Donne	5.071	5.118	5.174	613	606	979	1.344	1.447	2.044	60	66	96	7.088	7.237	8.293
<b>Contratto a tempo determinato</b>	<b>963</b>	<b>984</b>	<b>985</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>143</b>	<b>188</b>	<b>167</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1.109</b>	<b>1.173</b>	<b>1.153</b>
Uomini	328	302	302	2	0	0	13	9	26	0	0	0	343	311	328
Donne	635	682	683	0	1	0	130	179	141	1	0	1	766	862	825
<b>Totale dipendenti</b>	<b>7.981</b>	<b>8.057</b>	<b>8.096</b>	<b>843</b>	<b>840</b>	<b>1.354</b>	<b>2.021</b>	<b>2.195</b>	<b>2.889</b>	<b>150</b>	<b>173</b>	<b>248</b>	<b>10.995</b>	<b>11.265</b>	<b>12.587</b>

## DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E GENERE AL 31 DICEMBRE

Totale Gruppo (N. dipendenti)	2019	2020	2021
<b>Full-time</b>	<b>7.782</b>	<b>8.224</b>	<b>9.197</b>
Uomini	2.726	2.816	3.043
Donne	5.056	5.408	6.154
<b>Part-time</b>	<b>3.213</b>	<b>3.041</b>	<b>3.390</b>
Uomini	415	350	426
Donne	2.798	2.691	2.964
<b>Totale dipendenti</b>	<b>10.995</b>	<b>11.265</b>	<b>12.587</b>

## INDICI INFORTUNISTICI<sup>53</sup>

Totale Gruppo	2019	2020	2021
Numero di fatalità dovute a incidenti sul lavoro	0	0	0
Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	1	0	0
Numero di infortuni sul lavoro totali registrabili	103	76	139
Totale ore lavorate	16.795.749	15.762.658	18.011.703
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0,06	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro totali registrabili	6,13	4,82	7,72
Numero di casi di malattie professionali registrati	7	4	11

53 - I dati relativi agli indici infortunistici 2020 e 2021 comprendono i dipendenti della società Otohub s.r.l. (Italia), al contrario dei dati 2019. Maggiori dettagli circa le modalità di calcolo degli indici infortunistici sono presenti nella [Nota Metodologica](#).

## ORE DI FORMAZIONE TOTALI E PRO-CAPITE EROGATE AI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE<sup>54</sup>

Totale Gruppo	2019		2020		2021	
	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)	156.919	32,7	104.288	21,3	156.427	32,6
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	42.962	87,9	50.438	112,6	34.480	78,7
Client advisor e altro personale di negozio	78.392	24,1	57.711	17,4	82.748	24,8
Area manager	6.480	22,7	5.690	18,4	16.787	28,9
<b>Totale field force</b>	<b>284.753</b>	<b>32,3</b>	<b>218.127</b>	<b>24,3</b>	<b>290.441</b>	<b>31,8</b>
Executive	195	16,3	28	2,3	287	19,1
Director	2.547	16,9	1.481	9,7	4.300	25,4
Manager	7.293	19,1	5.314	14,3	13.070	36,4
Professional	27.914	17,1	22.736	13,0	32.503	21,3
<b>Totale back office</b>	<b>37.948</b>	<b>17,5</b>	<b>29.559</b>	<b>12,9</b>	<b>50.160</b>	<b>24,2</b>
<b>Totale dipendenti</b>	<b>322.701</b>	<b>29,3</b>	<b>247.686</b>	<b>22,0</b>	<b>340.601</b>	<b>30,4</b>
Uomini	94.937	30,2	68.588	21,7	104.754	32,6
Donne	227.764	29,0	179.098	22,1	235.847	29,5

## PERCENTUALE DI DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO LA VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE<sup>55</sup>

Totale Gruppo	2019		2020		2021	
	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%	N. dipendenti	%
Audioprotesisti (abilitati ai sensi di legge)	3.272	68,1%	4.252	86,7%	4.634	88,8%
Audioprotesisti (apprendisti o equivalenti)	231	47,2%	236	52,7%	357	63,9%
Client advisor e altro personale di negozio	2.493	76,8%	3.016	91,1%	3.119	88,2%
Area manager	271	95,1%	274	88,7%	271	87,4%
<b>Totale field force</b>	<b>6.267</b>	<b>71,0%</b>	<b>7.778</b>	<b>86,7%</b>	<b>8.381</b>	<b>87,1%</b>
Executive	11	91,7%	12	100,0%	13	100,0%
Director	124	82,1%	136	89,5%	191	86,8%
Manager	321	84,3%	321	86,3%	353	86,7%
Professional	1.304	80,1%	1.303	74,5%	1.517	85,9%
<b>Totale back office</b>	<b>1.760</b>	<b>81,0%</b>	<b>1.772</b>	<b>77,6%</b>	<b>2.074</b>	<b>86,2%</b>
<b>Totale dipendenti</b>	<b>8.027</b>	<b>73,0%</b>	<b>9.550</b>	<b>84,9%</b>	<b>10.455</b>	<b>86,9%</b>
Uomini	2.492	79,3%	2.557	81,0%	2.797	83,4%
Donne	5.535	70,5%	6.993	86,4%	7.658	88,3%

54 - I dati relativi alla formazione non includono i dipendenti delle società Otohuh 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 è ancora in corso.

55 - La valutazione delle performance viene effettuata rispetto ai risultati raggiunti nell'anno precedente e di conseguenza i relativi dati sono riportati nell'anno di rendicontazione del presente Report. Si segnala inoltre che i dati relativi alla valutazione delle performance non includono i dipendenti delle società Otohuh s.r.l. (Italia), Audibel s.r.l. (Italia) e Bay Audio Pty Ltd (Australia).

**CONSUMI DI ENERGIA ALL'INTERNO  
DELL'ORGANIZZAZIONE**

Consumi energetici per tipologia	u.m.	SEDI CENTRALI			NEGOZI DIRETTI			GRUPPO		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
<b>Consumi energetici diretti da fonti non rinnovabili</b>	<b>GJ</b>	<b>68.123</b>	<b>46.969</b>	<b>63.558</b>	<b>18.884</b>	<b>21.095</b>	<b>19.492</b>	<b>87.008</b>	<b>68.064</b>	<b>83.050</b>
Gas naturale	GJ	4.052	4.843	6.376	17.757	19.898	18.844	21.809	24.741	25.220
	m <sup>3</sup>	108.532	122.204	160.543	475.653	502.094	474.485	584.185	624.298	635.028
Olio combustibile	GJ	120	109	63	1.127	1.197	648	1.247	1.306	711
	Litri	3.236	2.928	1.687	30.399	32.294	17.487	33.635	35.222	19.174
Diesel (parco auto - sole sedi centrali)	GJ	43.948	25.981	37.479	-	-	-	43.948	25.981	37.479
	Litri	1.147.960	678.672	974.979	-	-	-	1.147.960	678.672	974.979
Benzina (parco auto - sole sedi centrali)	GJ	20.004	16.036	19.640	-	-	-	20.004	16.036	19.640
	Litri	578.435	464.208	563.302	-	-	-	578.435	464.208	563.302
<b>Consumi energetici indiretti</b>	<b>GJ</b>	<b>24.617</b>	<b>20.302</b>	<b>22.804</b>	<b>93.010</b>	<b>80.024</b>	<b>89.658</b>	<b>117.627</b>	<b>100.326</b>	<b>112.462</b>
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	GJ	7.370	3.713	6.722	37.114	22.985	25.155	44.484	26.698	31.877
	MWh-e	2.047	1.031	1.867	10.310	6.385	6.987	12.357	7.416	8.855
Energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili	GJ	12.040	12.697	10.949	55.846	56.963	64.308	67.886	69.660	75.257
	MWh-e	3.344	3.527	3.041	15.513	15.823	17.863	18.857	19.350	20.904
Teleriscaldamento	GJ	5.207	3.892	5.037	50	76	195	5.257	3.968	5.232
	MWh-t	1.446	1.081	1.399	14	21	54	1.460	1.102	1.453
Energia elettrica (parco auto - sole sedi centrali) <sup>57</sup>	GJ	-	-	96	-	-	-	-	-	96
	MWh-e	-	-	27	-	-	-	-	-	27
<b>Consumi energetici totali</b>	<b>GJ</b>	<b>92.740</b>	<b>67.271</b>	<b>83.362</b>	<b>111.894</b>	<b>101.119</b>	<b>109.150</b>	<b>204.635</b>	<b>168.390</b>	<b>195.512</b>

**EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA**

Emissioni dirette - Scope I (tonnellate di CO <sub>2e</sub> )	2019	2020	2021
Da carburanti utilizzati per il parco auto	4.736	2.839	3.741
Da combustibili utilizzati per il riscaldamento delle sedi centrali	229	255	329
Da combustibili utilizzati per il riscaldamento dei negozi diretti	1.043	1.098	1.006
Da gas refrigeranti utilizzati per il condizionamento delle sedi centrali e dei negozi	271	143	155
<b>Totale</b>	<b>6.279</b>	<b>4.335</b>	<b>5.231</b>

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

57 - Si segnala che i consumi energetici totali dell'anno 2021 includono anche i consumi elettrici del parco auto aziendale e che, a seguito di un miglioramento nel processo di raccolta dei dati, tali consumi sono stati ricostruiti anche per gli anni 2019 e 2020, e che ammontano rispettivamente a 1,4 MWh-e (5 GJ) e 17,3 MWh-e (62 GJ).

Emissioni indirette – Scope 2 (tonnellate di CO <sub>2e</sub> )	2019	2020	2021
Da elettricità acquistata per le sedi centrali (Location-based)	2.063	1.634	1.512
Da elettricità acquistata per le sedi centrali (Market-based)	1.732	1.577	1.165
Da elettricità acquistata per i negozi diretti (Location-based)	8.550	7.065	6.596
Da elettricità acquistata per i negozi diretti (Market-based)	4.983	4.863	5.162
Da elettricità acquistata per la flotta auto (Location-based)	-	-	11
Da elettricità acquistata per la flotta auto (Market-based)	-	-	13
Da teleriscaldamento per le sedi centrali	255	187	243
Da teleriscaldamento per i negozi diretti	2	4	30
<b>Totale (Location-based)</b>	<b>10.870</b>	<b>8.890</b>	<b>8.392</b>
<b>Totale (Market-based)</b>	<b>6.972</b>	<b>6.631</b>	<b>6.613</b>

Altre emissioni indirette – Scope 3 (tonnellate di CO <sub>2e</sub> )	2019	2020	2021
Da viaggi aerei <sup>58</sup>	4.624	925	1.588
Da viaggi in treno	115	50	121
Da viaggi in auto (noleggio)	131	19	124
<b>Totale</b>	<b>4.871</b>	<b>994</b>	<b>1.833</b>

## RIFIUTI PRODOTTI E SMALTITI DALLE SEDI CENTRALI<sup>59</sup>

Rifiuti prodotti per categoria (kg)	2019	2020	2021
<b>Rifiuti pericolosi</b>	<b>43.146</b>	<b>20.350</b>	<b>19.147</b>
Apparecchiature elettriche ed elettroniche		14.617	18.964
Toner stampanti		103	56
Altri rifiuti		5.630	127
di cui riutilizzati o recuperati (%)			60%
<b>Rifiuti non pericolosi</b>	<b>333.301</b>	<b>288.333</b>	<b>282.270</b>
Carta		140.849	121.966
Plastica		20.445	16.209
Frazione organica		13.599	26.089
Apparecchiature elettriche ed elettroniche		1.858	4.425
Toner stampanti		890	2.631
Altri rifiuti		110.692	110.950
di cui riutilizzati o recuperati (%)			30%
<b>Totale</b>	<b>376.447</b>	<b>308.683</b>	<b>301.417</b>
di cui riutilizzati o recuperati (%)			32%

58 - Dal 2019, le emissioni dovute ai viaggi aerei sono monitorate distinguendo le diverse classi di volo, ossia distinguendo tra i voli effettuati in classe Economy, Premium Economy, Business e First Class, per le quali sono stati applicati diversi fattori di emissioni.

59 - I dati relativi ai rifiuti prodotti non includono le sedi centrali della Germania e della Polonia in quanto non risultati reperibili. La suddivisione dei rifiuti per categoria è disponibile soltanto a partire dall'anno 2020.

## 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 2021 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 2021 e validata dal Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità e dal Consiglio di Amministrazione a dicembre 2021, 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 sui principi di materialità, inclusione degli stakeholder, completezza dei dati e contesto di sostenibilità del Gruppo. Con riferimento alla qualità delle informazioni e degli indicatori rendicontati, sono stati seguiti i principi di accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, affidabilità e tempestività. 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 sulla base dei consumi idrici dell'HQ e riproporzionata 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 la quantità di rifiuti prodotti dalle sedi centrali, 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. Si segnala inoltre che Amplifon, così come emerso dalle analisi svolte durante il primo 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, da quest'anno compreso nel tema "Conduzione etica e responsabile del business", viene trattata fornendo una descrizione qualitativa della strategia fiscale di Amplifon.

La Dichiarazione non Finanziaria 2021 è stata redatta in conformità agli standard di rendicontazione "GRI Sustainability Reporting Standards" pubblicati nel 2016 dal GRI (Global Reporting Initiative),

secondo l'opzione "in accordance – core". Si segnala inoltre che, per quanto riguarda i GRI Standards 403 (Salute e sicurezza sul lavoro) e 306 (Rifiuti) Amplifon ha adottato le versioni più aggiornate rilasciate rispettivamente nel 2018 e nel 2020. 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 2021 dell'[Annual Report 2021](#), nella [Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 dicembre 2021](#), e nella [Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui compensi corrisposti 2022](#). 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

A seguito della sottoscrizione del Global Compact delle Nazioni Unite (UN Global Compact) a dicembre 2021, il presente Report di Sostenibilità rappresenta anche la prima *Communication on Progress* (COP) circa 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 dei lavoratori, 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

Il Regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento europeo e del Consiglio ("il Regolamento sulla Tassonomia EU"), proposto nell'ambito del piano d'azione della Commissione Europea per finanziarie la crescita sostenibile (risalente a marzo 2018), ha l'obiettivo di riorientare i flussi di capitali per dare impulso a una crescita sostenibile e inclusiva. Tale Regolamento 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 informazioni 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 economiche<sup>60</sup> 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, nel corso del 2021 Amplifon ha intrapreso un esercizio di valutazione preliminare 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 la *business model* di Amplifon, si segnala che per il 2021 non sono emerse attività di business materialmente rilevanti che possano reputarsi "eligibili" rispetto alle condizioni del Regolamento relativamente ai primi due obiettivi dello stesso. 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.

60 - 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.

## 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 2021 (periodo di rendicontazione: dal 1° gennaio 2021 al 31 dicembre 2021). 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 2021, nonché gli eventi di particolare interesse del 2022 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 dalle società facenti parte del Gruppo Amplifon al 31 dicembre 2021 consolidate con il metodo integrale all'interno del Bilancio Consolidato 2021 di Gruppo. Tuttavia, pur garantendo la corretta comprensione dell'attività dell'impresa, si segnala che:

- Amplifon Cell (Malta), Amplifon South America Holding LTDA (Brasile), 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;
- La nuova società Bay Audio Pty Ltd (Australia) non è inclusa nel perimetro di rendicontazione 2021 in quanto entrata nel perimetro di consolidamento ad ottobre 2021. Tuttavia, al fine di fornire un'informazione il più completa possibile, i dati dell'organico totale del Gruppo del presente documento includono i dipendenti della suddetta Società al 31 dicembre 2021;
- In continuità con i precedenti reporting, il perimetro delle informazioni e dei dati relativi agli aspetti ambientali (es. consumi energetici, emissioni di gas a effetto serra, rifiuti, acqua) include solo le sedi, gli uffici e i negozi diretti del Gruppo, con l'esclusione dei negozi non gestiti direttamente da Amplifon. Inoltre, per il 2021 non è compresa nel perimetro dei dati ambientali la società Amplifon Middle East SAE (Egitto), caratterizzata da dimensioni tali da non impattare la comprensione degli impatti ambientali di Amplifon.

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 di segnala che:

- In data 12 aprile 2021 è stata data attuazione al progetto di ridefinizione della struttura societaria approvato dal C.d.A. del 3 marzo 2021, che ha previsto lo scorporo del ramo d'azienda afferente alle attività operative della country Italia (Amplifon Italia S.r.l.) come società il cui capitale sociale è interamente detenuto da Amplifon S.p.A.;
- Nel corso del quarto trimestre 2021 ha avuto luogo l'effettiva liquidazione di Elite Hearing Network, Inc. negli Stati Uniti, in linea con la strategia del Gruppo centrata sul cliente e volta ad offrire la migliore *customer proposition* direttamente al consumatore finale.

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 2021 dell'Annual Report 2021 e nella Relazione sul Governo Societario e Assetti Proprietari al 31 dicembre 2021.

## PROCESSO DI RENDICONTAZIONE E CRITERI DI CALCOLO

La definizione dei contenuti della Dichiarazione non Finanziaria 2021 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.

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 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 CO<sub>2</sub> equivalente tramite i seguenti fattori di emissione:
  - emissioni dirette Scope 1: per il riscaldamento, per le emissioni relative ai gas refrigeranti dei sistemi di condizionamento e per il parco auto aziendale sono stati utilizzati i fattori di emissione ricavati dal database di UK Department for Environment, Food & Rural Affairs (Defra) per gli anni 2019, 2020 e 2021;
  - emissioni indirette Scope 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 da Terna ("Terna Confronti Internazionali") con riferimento ai dati 2017 e 2018 e dall'International Energy Agency (IEA) per il 2021. Per quanto riguarda invece l'approccio Market-based, sono stati utilizzati i fattori Residual Mix pubblicati dall'Association of Issuing Bodies nel 2018 e 2019 per i Paesi europei, mentre 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 2018, 2019 e 2020), dall'International Energy Agency (IEA) 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 relativo alla produzione di gas naturale elaborato da Defra;
  - emissioni indirette Scope 3: per le emissioni relative ai viaggi d'affari in aereo, treno e auto a noleggio (categoria 3.6 del GHG Protocol), sono stati utilizzati i fattori di emissione ricavati dai database di Defra per gli anni 2019, 2020 e 2021.
- 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 24 febbraio 2022 e successivamente approvata dal Consiglio di Amministrazione di Amplifon S.p.A. in data 3 marzo 2022.

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](mailto: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)	
	GRI 419 Compliance socioeconomica (2016)	
	GRI 205 Anticorruzione (2016)	Lotta alla corruzione
Conduzione etica e responsabile del business	GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale (2016)	Aspetti sociali
	GRI 307 Compliance ambientale (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 <sup>61</sup>
Gruppo	-	Bay Audio Pty Ltd (Australia) esclusa dalla rendicontazione	-
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	Otohub s.r.l. (Italia), Audibel s.r.l. (Italia) e Bay Audio Pty Ltd (Australia)	Nessuna copertura per i franchisee
Gruppo	Franchisee; corporate shop su commissione	Bay Audio Pty Ltd (Australia) esclusa dalla rendicontazione	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	Corporate shops esclusi dalla rendicontazione; Amplifon Middle East SAE (Egitto), Bay Audio Pty Ltd (Australia), Audibel s.r.l. (Italia), Amplifon Deutschland GmbH (Germania) e Amplifon Poland Sp. z o.o. (Polonia) escluse 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), Bay Audio Pty Ltd (Australia) e Audibel s.r.l. (Italia) escluse 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), Bay Audio Pty Ltd (Australia) e Audibel s.r.l. (Italia) escluse dalla rendicontazione	Nessuna copertura per i produttori di apparecchi e per i negozi non gestiti direttamente da Amplifon
Gruppo	Produttori di apparecchi acustici	-	-

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

In conformità ai “GRI Sustainability Reporting Standards” secondo l’opzione “in accordance – core”, 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.

## GRI 102: INFORMATIVA GENERALE

Disclosure	Descrizione	Riferimento	Note e/o omissioni
<b>Profilo dell'organizzazione</b>			
102-1	Nome dell'organizzazione	p. 154	
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	p. 20-23; 44-49	
102-3	Luogo della sede principale	p. 154	
102-4	Luogo delle attività	p. 19; 141	
102-5	Proprietà e forma giuridica	p. 24, p. 7 della Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 dicembre 2021	
102-6	Mercati serviti	p. 19; 22,23; 141	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	p. 12; 19; 28,29; 140,141	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	p. 64-69; 142-146	
102-9	Catena di fornitura	p. 118-121	
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	p. 21; 152	
102-11	Principio di precauzione	p. 26,27; 132-137	
102-12	Iniziative esterne	p. 36,37; 66	
102-13	Adesione ad associazioni	Amplifon è membro di diverse associazioni di settore nazionali, quali HIA (Hearing Industry Association) negli USA, la HClA (Hearing Care Industry Association) in Australia o come la NHCA (National Hearing Conservation Association) e la SYNEA (Syndicat National des Entreprises de l'Audition) in Europa. Dal 2019, Amplifon è membro anche di EHIMA (European Hearing Instrument Manufacturers Association)	
<b>Strategia</b>			
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	p. 4,5	
<b>Etica e integrità</b>			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	p. 16,17; 32,33; 110,111; 119	
<b>Governance</b>			
102-18	Struttura della governance	p. 24,25; 138-140	
<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>			
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	p. 7,8	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	p. 68	
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	p. 7,8	
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	p. 7-9; 130,131	
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	p. 7,8,11; 130,131	

Disclosure	Descrizione	Riferimento	Note e/o omissioni
<b>Pratiche di rendicontazione</b>			
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	p. 152	
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	p. 8,9; 151,152; 156,157	
102-47	Elenco dei temi materiali	p. 10; 128,129	
102-48	Revisione delle informazioni	p. 9,10; 128,129	
102-49	Modifiche nella rendicontazione	p. 9,10; 128,129	
102-50	Periodo di rendicontazione	p. 152	
102-51	Data del report più recente		Marzo 2021
102-52	Periodicità di rendicontazione	p. 151	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	p. 154	
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	p. 150,151	
102-55	Indice dei contenuti GRI	p. 156-164	
102-56	Assurance esterna	p. 167-171	

## GRI 200: SFERA ECONOMICA

Disclosure	Descrizione	Riferimento	Note e/o omissioni
<b>Performance economiche</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 29,30	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 29,30	
<b>GRI 201: Performance economiche (2016)</b>			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	p. 29,30; 140	
<b>Anticorruzione</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 115-117	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 115-117	
<b>GRI 205: Anticorruzione (2016)</b>			
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese		Nel triennio 2019-2021 non si è verificato alcun caso di corruzione, a testimonianza dell'efficacia dei sistemi di prevenzione in essere e della solida cultura aziendale.
<b>Comportamento anticoncorrenziale</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 114,115	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 114,115	
<b>GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016)</b>			
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche		Nel triennio 2019-2021 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.

## GRI 300: SFERA AMBIENTALE

Disclosure	Descrizione	Riferimento	Note e/o omissioni
<b>Energia</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 122,123	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 122,123	
<b>GRI 302: Energia (2016)</b>			
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	p. 122,123; 148	
<b>Emissioni</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 124; 148,149	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 124; 148,149	
<b>GRI 305: Emissioni (2016)</b>			
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	p. 124; 148,149	
305-2	Emissioni indirette di GHG (Scope 2)	p. 124; 148,149	
305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	p. 124; 148,149	
<b>Rifiuti</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 124, 125	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 124, 125	
<b>GRI 306: Modalità di gestione (2020)</b>			
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	p. 124, 125	
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	p. 124, 125	
<b>GRI 306: Rifiuti (2020)</b>			
306-3	Rifiuti prodotti	p. 124; 149	
<b>Compliance ambientale</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 111; 122	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 111; 122	
<b>GRI 307: Compliance ambientale (2016)</b>			
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale		Nel triennio 2019-2021 non si sono registrate sanzioni significative per il mancato rispetto delle disposizioni legislative e regolamentari in materia ambientale.

## GRI 400 SFERA SOCIALE

Disclosure	Descrizione	Riferimento	Note e/o omissioni
<b>Occupazione</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 64; 68-70; 78-81	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 64; 68-70; 78-81	
<b>GRI 401: Occupazione (2016)</b>			
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	p. 69,70	
<b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 82, 83	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 82, 83	
<b>GRI 403: Modalità di gestione (2018)</b>			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	p. 82, 83	
403-3	Servizi di medicina del lavoro		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.
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro		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.
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	p. 82, 83	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	p. 82, 83	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali		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.
<b>GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)</b>			
403-9	Infortuni sul lavoro	p. 146	Non sono disponibili informazioni sui collaboratori non dipendenti.
403-10	Malattie professionali	p. 146	Non sono disponibili informazioni sui collaboratori non dipendenti.

Disclosure	Descrizione	Riferimento	Note e/o omissioni
<b>Formazione e istruzione</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 74-77	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 74-77	
<b>GRI 404: Formazione e istruzione (2016)</b>			
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	p. 76; 147	
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	p. 76; 78,79	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	p. 76; 78,79; 147	
<b>Diversità e pari opportunità</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 65-68	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 65-68	
<b>GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)</b>			
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	p. 24,25; 65-67; 138; 142-145	
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	p. 68	L'indicatore è stato calcolato considerando il 58% dei dipendenti, escludendo il personale part-time, gli Internship & Apprenticeship, il personale con contratto a tempo determinato, e una parte della forza lavoro attiva in 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.
<b>Politica pubblica</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 106-112	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 106-112	
<b>GRI 415: Politica pubblica (2016)</b>			
415-1	Contributi politici	Nel triennio 2018-2021, 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 2021 Amplifon (USA) ha speso circa 238.000 euro per queste attività.	

Disclosure	Descrizione	Riferimento	Note e/o omissioni
<b>Salute e sicurezza dei clienti</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 54,55; 106-108; 120	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 54,55; 106-108; 120	
<b>GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)</b>			
416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi		Nel triennio 2019-2021, 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 customer compliant relativi a malfunzionamenti dell'App Amplifon che possano mettere a rischio la salute dell'utente.
<b>Marketing ed etichettatura</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 54,55; 106-108; 114,115	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 54,55; 106-108; 114,115	
<b>GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016)</b>			
417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	p. 54,55; 106-108; 114,115; 120	
417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Nel triennio 2019-2021 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 2019-2021 non sono state ricevute segnalazioni significative in materia di comunicazione commerciale e marketing.
<b>Privacy dei clienti</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 56-58	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 56-58	
<b>GRI 418: Privacy dei clienti (2016)</b>			
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti		Nel triennio 2019-2021 i sistemi implementati per la protezione dei dati e cybersecurity hanno assicurato un adeguato livello di protezione dei dati. Nel 2021 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.
<b>Compliance socioeconomica</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 110-117	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 110-117	
<b>GRI 419: Compliance socioeconomica (2016)</b>			
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica		Nel triennio 2019-2021 non si sono registrate sanzioni significative per il mancato rispetto delle disposizioni legislative e regolamentari in materia sociale ed economica.

## Temi materiali specifici di Amplifon non correlati a specifici GRI Standards

Disclosure	Descrizione	Riferimento	Note e/o omissioni
<b>Approccio strategico e governance della sostenibilità</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 25,26; 32-38	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 25,26; 32-38	
<b>Disponibilità e accessibilità alla cura dell'udito</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 52,53	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 52,53	
<b>Innovazione, digitalizzazione e personalizzazione della customer experience</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 44-51	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 44-51	
<b>Sensibilizzazione ed educazione al benessere uditivo</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 88-91	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 88-91	
<b>Supporto alle comunità locali</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 86,87; 92-99	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 86,87; 92-99	
<b>Gestione responsabile della catena di fornitura</b>			
<b>GRI 103: Modalità di gestione (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	p. 8-11; 128,129; 150; 156,157	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	p. 118-121	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	p. 118-121	

# 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 2021, e contestualmente al processo di Enterprise Risk Management, abbiamo promosso un primo 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, che verrà progressivamente approfondito e sviluppato anche nei prossimi anni. Sulla base dei risultati delle valutazioni dei principali rischi ESG condotte nel 2021, 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
<b>Area tematica: Governance</b>	
Dichiarare il modello di governance dell'organizzazione in relazione ai rischi e alle opportunità legati al cambiamento climatico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Analisi di materialità</a></li> <li>• <a href="#">La Governance della Sostenibilità</a></li> <li>• <a href="#">Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi</a></li> </ul>
<b>Area tematica: Strategy</b>	
Dichiarare gli impatti attuali o potenziali dei rischi e delle opportunità legati al cambiamento climatico sul business, sulla strategia e sulla pianificazione finanziaria dell'organizzazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi</a></li> <li>• <a href="#">La valutazione dei principali rischi ESG</a></li> <li>• <a href="#">Il nostro impegno per un business sostenibile</a></li> <li>• <a href="#">Principali rischi connessi ai temi di sostenibilità</a></li> </ul>
<b>Area tematica: Risk management</b>	
Dichiarare come l'organizzazione identifica, valuta e gestisce i rischi legati al cambiamento climatico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi</a></li> <li>• <a href="#">La valutazione dei principali rischi ESG</a></li> <li>• <a href="#">Il nostro impegno per un business sostenibile</a></li> <li>• <a href="#">Nota metodologica</a></li> </ul>
<b>Area tematica: Metrics and targets</b>	
Dichiarare le metriche e gli obiettivi utilizzati dall'organizzazione per valutare e gestire i rischi e le opportunità rilevanti legati al cambiamento climatico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Il nostro impegno per un business sostenibile</a></li> <li>• <a href="#">L'attenzione all'ambiente</a></li> <li>• <a href="#">Indicatori di performance</a></li> <li>• <a href="#">Nota metodologica</a></li> </ul>

# INDICE DEI CONTENUTI DEI PRINCIPI DEL UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

In quanto partecipante al UN Global Compact, il presente Report di Sostenibilità rappresenta la prima *Communication on Progress* (COP) di Amplifon circa l'implementazione 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
<b>Diritti Umani</b>			
 <b>HUMAN RIGHTS</b>	1. Le imprese dovrebbero sostenere e rispettare la protezione dei diritti umani proclamati a livello internazionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Benessere e coinvolgimento interno</a></li> <li>• <a href="#">Etica di business e lotta alla corruzione</a></li> <li>• <a href="#">Gestione del Procurement e Supply Chain</a></li> <li>• <a href="#">Nota metodologica</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento</li> <li>• GRI 102-41 Accordi di contrattazione collettiva</li> </ul>
	2. Le imprese dovrebbero assicurarsi che non siano complici di violazioni dei diritti umani		
<b>Lavoro</b>			
 <b>LABOUR</b>	3. Le imprese dovrebbero sostenere la libertà di associazione e l'effettivo riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Diversità, inclusione e pari opportunità</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento</li> </ul>
	4. Le imprese dovrebbero sostenere l'eliminazione di ogni forma di lavoro forzato e obbligatorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Benessere e coinvolgimento interno</a></li> <li>• <a href="#">Etica di business e lotta alla corruzione</a></li> <li>• <a href="#">Gestione del Procurement e Supply Chain</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 102-41 Accordi di contrattazione collettiva GRI 401 Occupazione (2016)</li> <li>• GRI 405 Diversità e pari opportunità (2016)</li> </ul>
	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		
<b>Ambiente</b>			
 <b>ENVIRONMENT</b>	7. Le imprese dovrebbero sostenere un approccio precauzionale alle sfide ambientali	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">La valutazione dei principali rischi ESG</a></li> <li>• <a href="#">L'attenzione all'ambiente</a></li> <li>• <a href="#">Principali rischi connessi ai temi di sostenibilità</a></li> <li>• <a href="#">Nota metodologica</a></li> <li>• <a href="#">Indice dei contenuti delle raccomandazioni della TCFD</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento</li> <li>• GRI 302 Energia (2016)</li> <li>• GRI 305 Emissioni (2016)</li> <li>• GRI 306 Rifiuti (2020)</li> <li>• GRI 307 Compliance ambientale (2016)</li> </ul>
	8. Le imprese dovrebbero intraprendere iniziative per promuovere una maggiore responsabilità ambientale		
	9. Le imprese dovrebbero incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie rispettose dell'ambiente		
<b>Anti-corruzione</b>			
 <b>ANTI-CORRUPTION</b>	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"> <li>• <a href="#">Etica di business e lotta alla corruzione</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento</li> <li>• GRI 205 Anticorruzione (2016)</li> </ul>

COMMUNICATION ON PROGRESS



This is our **Communication on Progress** in implementing the Ten Principles of the **United Nation Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

# 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](mailto:it-fmauditaly@kpmg.it)  
PEC [kpmgspa@pec.kpmg.it](mailto: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 2021 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 3 marzo 2022 (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.

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. 512867  
Partita IVA 00709600159  
VAT number IT00709600159  
Sede legale: Via Vittor Pisani, 25  
20124 Milano MI ITALIA

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.

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.

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 France SAS (Francia), che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato colloqui nel corso dei 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.



**Gruppo Amplifon**  
Relazione della società di revisione  
31 dicembre 2021

### **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 2021 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 2022

KPMG S.p.A.

Claudio Mariani  
Socio



Coordinamento Progetto Editoriale  
AMPLIFON

Direzione artistica e Progetto Grafico  
COMMON

[corporate.amplifon.com/it/sostenibilita](https://corporate.amplifon.com/it/sostenibilita)  
[careers.amplifon.com/it](https://careers.amplifon.com/it)



Amplifon



Amplifon Group



LifeAtAmplifon



Amplifon