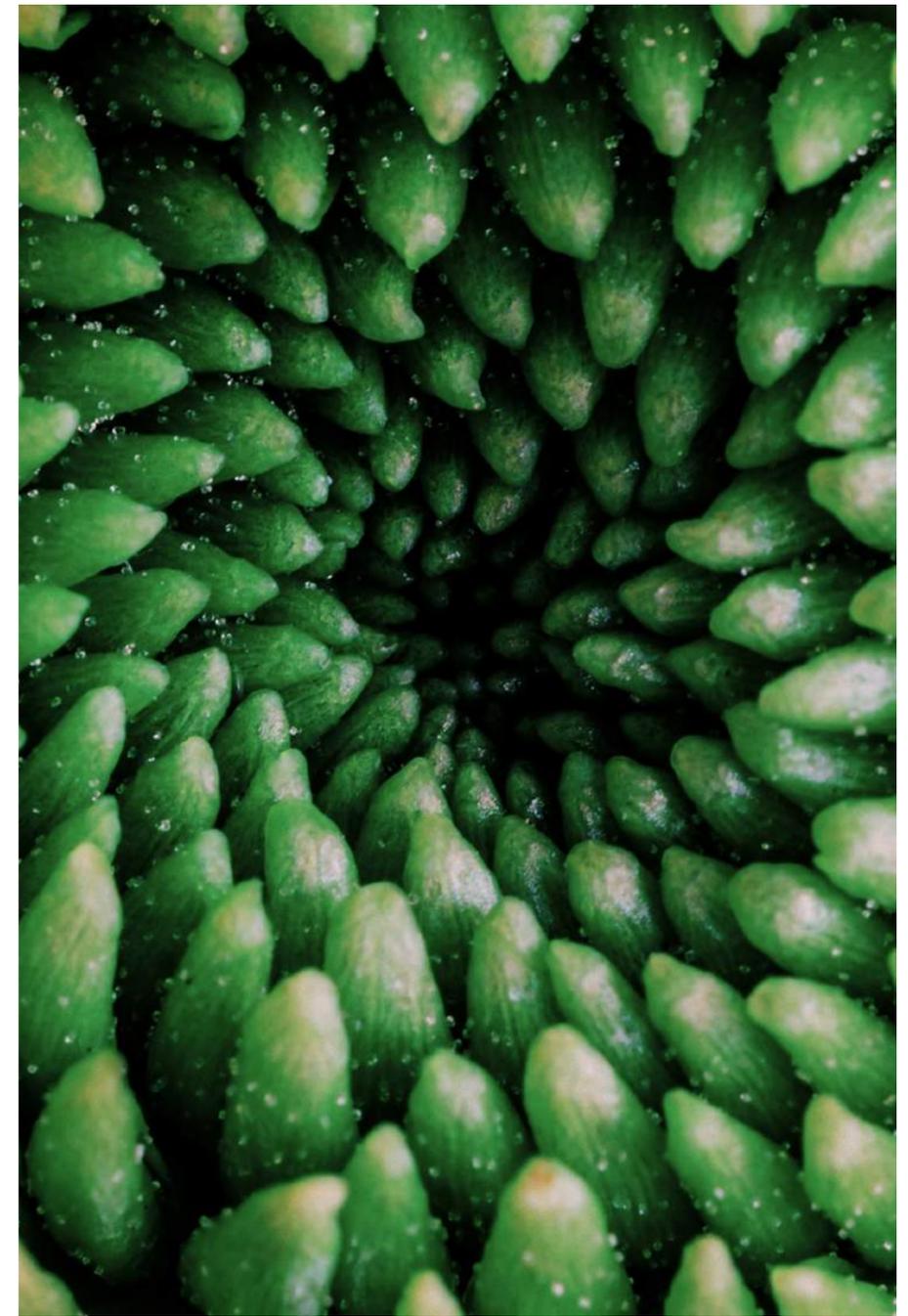




**NOVA VISION**  
MAKING FUTURE

**BILANCIO DI  
SOSTENIBILITÀ  
2022**



**NOVA VISION**  
MAKING FUTURE

# Bilancio di Sostenibilità 2022

# Indice

<b>Lettera agli stakeholder</b>	<b>8</b>		<b>60</b>
<b>MATERIALITÀ</b>	10		
<b>Materiality Assessment</b>	10		
Fase 1 - Selezione Delle Tematiche ESG	12		
Fase 2 - Coinvolgimento Degli Stakeholder	13		
Fase 3 - Valutazione Degli Impatti E Matrice Di Doppia Materialità	14		
Fase 4 - Sintesi Dei Risultati	16		
<b>HIGHLIGHTS 2022</b>	17		
<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>18</b>		
<b>1. IDENTITÀ</b>	<b>20</b>		
1.1 NOVAVISION GROUP	22		
1.2 UNA STORIA TUTTA ITALIANA	23		
1.3 PRESENZA NEL MONDO	24		
1.4 I NOSTRI VALORI	25		
1.5 CODICE ETICO	26		
1.6 STRATEGIA E MODELLO DI BUSINESS	28		
1.7 INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO	30		
1.8 CERTIFICAZIONI E SISTEMI QUALIFICANTI DELLA GESTIONE	31		
<b>2. GOVERNANCE</b>	<b>34</b>		
2.1 GOVERNANCE	36		
2.2 STRUTTURA E ORGANI SOCIETARI	37		
2.3 ASSETTO ORGANIZZATIVO	38		
2.4 SOSTENIBILITÀ E CREAZIONE DI VALORE	40		
2.5 MAPPA DEGLI STAKEHOLDER E MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	44		
2.6 MATERIALITÀ E CONTRIBUTO AGLI SDGs	46		
2.7 POLITICA E OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ	48		
<b>3. CAPITALE ECONOMICO</b>	<b>50</b>		
3.1 PERFORMANCE ECONOMICA	52		
3.2 PROFILO DELLA FILIERA DI FORNITURA	55		
3.3 SELEZIONE E QUALIFICAZIONE DEI FORNITORI	56		
3.4 APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE	58		
		<b>4. CAPITALE UMANO</b>	
		4.1 CAPITALE UMANO	62
		4.2 ORGANICO	66
		4.3 TURNOVER	68
		4.4 DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ	68
		4.5 FORMAZIONE E SVILUPPO NOVAVISION ACADEMY	70
		4.6 SMART WORKING	71
		4.7 SALUTE E SICUREZZA	72
		4.8 WELFARE	73
		<b>5. CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE</b>	<b>74</b>
		5.1 PRODOTTI E BRAND	76
		5.2 STRATEGIA E POSIZIONAMENTO DI MERCATO	81
		5.3 CUSTOMER EXPERIENCE	86
		5.4 QUALITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI	88
		5.5 PROJECT NOVACERT	91
		5.6 NOVAVISION PER IL SOCIALE	92
		5.7 MEMBERSHIP AL FAI (FONDO AMBIENTE ITALIANO)	93
		<b>6. CAPITALE NATURALE</b>	<b>94</b>
		6.1 POLITICA E SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE (SgI)	96
		6.2 ANALISI AMBIENTALE	98
		6.3 EFFICIENZA ENERGETICA	98
		6.4 UTILIZZO DELLA RISORSA ACQUA	100
		6.5 GESTIONE DEI PRODOTTI CHIMICI	100
		6.6 EMISSIONI IN ATMOSFERA	101
		6.7 GESTIONE DEI RIFIUTI	102
		6.8 IL PROGETTO GAIA	103
		<b>INDICE DEI CONTENUTI GRI</b>	<b>106</b>

# Lettera agli stakeholder

Danilo **Crapelli**  
CEO **NOVAVISION** GROUP



Cari lettori, anche quest'anno ho il piacere di presentarvi il Bilancio di Sostenibilità di Novavision Group, giunto alla sua terza edizione.

Per la realizzazione di questo Bilancio, abbiamo colto l'occasione per incrementare il livello di coinvolgimento dei nostri stakeholder, sia nella fase di definizione della materialità, includendo il concetto di "doppia materialità", sia nella fase di raccolta dei contenuti qualitativi e quantitativi che caratterizzano la nostra operatività. Il presente Bilancio di Sostenibilità consiste in una rendicontazione non finanziaria di natura volontaria, che progressivamente andrà ad affiancare il Bilancio di esercizio, segno tangibile della nostra volontà di avviare un percorso virtuoso e sostenibile, che per la Società si traduce nella trasparenza e correttezza del proprio operato e, soprattutto, nella creazione di valore per tutti i soggetti con i quali interagiamo. Siamo convinti che la sostenibilità possa rappresentare un elemento irrinunciabile su cui fare leva e renderci ancora più resilienti nell'affrontare le sfide che ci attendono.

Il Bilancio è rivolto alle nostre persone, ai fornitori e ai partner,

ma anche ai clienti che vogliono conoscere e approfondire le attività che da oltre 30 anni portiamo avanti per la realizzazione di sistemi integrati di comunicazione e apparecchiature elettromedicali, elettroestetiche, prodotti dermocosmetici e formazione nel campo della medicina estetica e dei trattamenti professionali indirizzati alla salute intima della donna.

Il 2022 ha rappresentato un anno di ripresa dalla pandemia da Covid-19 ed è stato caratterizzato da un forte aumento dei prezzi delle materie prime e dell'energia. Uno scenario reso ancor più complesso dall'evolversi dei drammatici eventi legati al recente conflitto in Ucraina, con tutte le criticità che stiamo affrontando rispetto alle quali abbiamo intrapreso azioni significative di riduzione dei consumi, attraverso una serie di migliorie e buone pratiche nel nostro quotidiano.

In questo contesto, i risultati economici al 31 dicembre 2022 mostrano una lieve contrazione, confermata da ricavi netti di esercizio pari a 6,5 milioni di euro di cui 3,4 milioni di euro generati in Italia. La perdita pari a ca. 500mila euro è attribui-

le al mercato italiano mentre continua la crescita nei mercati esteri.

L'innovazione rimane per Novavision Group un aspetto strategico rilevante di crescita a medio e lungo termine. Ogni fase di analisi, sviluppo, progettazione e produzione avviene all'interno della struttura aziendale, dove personale specializzato, al fianco di un comitato etico composto da medici, ingegneri e tecnici, si dedica allo studio e alla realizzazione di nuovi macchinari altamente performanti e al continuo perfezionamento delle piattaforme esistenti. Sono ben 35 le tecnologie di esclusiva proprietà dell'azienda.

Anche nel 2022, abbiamo investito in innovazione e R&S con l'obiettivo di migliorare la qualità dei prodotti e servizi. Abbiamo lanciato sul mercato una nuova tecnologia per la tonificazione muscolare e rimodellamento corporeo (MShape), in commercio dal 2023.

Allo stesso tempo, sono proseguite le collaborazioni commerciali e partnership per favorire l'ingresso in nuovi mercati, consentendoci di espanderci in altri Paesi, come ad esempio il Nord Africa. Inoltre, pur essen-

doco criticità legate al conflitto Ucraina-Russia, abbiamo riscontrato un incremento delle richieste provenienti dalla Russia.

Nel 2022, inoltre, abbiamo avviato una partnership con il Gruppo Douglas, con l'obiettivo di creare, all'interno delle profumerie del partner, alcuni beauty lounge a cura di Novavision.

Non abbiamo mai smesso di puntare su servizi di vendita e post vendita efficienti, anche attraverso una formazione specifica rivolta a rivolti ai nostri specialisti, ai distributori e agli utenti finali attraverso la Novavision Academy e numerosi incontri informativi.

Infine, prosegue con successo il progetto Gaia, grazie al quale non smettiamo di trarre ispirazione dal concetto di bellezza e porre la dovuta attenzione alla tutela e alla salvaguardia dell'ambiente e del pianeta Terra. Questa attenzione al tema della Sostenibilità insita nella nostra realtà aziendale ci ha permesso, nel 2022, di ridurre del 45% i consumi di carta e di raggiungere tutti gli obiettivi prefissati nel 2021.



# Materialità

Per materialità si intende l'insieme di tutti gli aspetti che influenzano concretamente la capacità di un'azienda di creare valore nel tempo.

Negli ultimi due anni, diversi organismi di normazione e di regolamentazione hanno iniziato a perfezionare il concetto di materialità della sostenibilità. In particolare, la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) proposta dall'Unione Europea e l'International Sustainability Standards Board (ISSB) recentemente istituito dall'International Financial Reporting Standard (IFRS) Foundation distinguono entrambi tra "singola materialità" e "doppia materialità".

In questo terzo Bilancio di Sostenibilità, Novavision Group, pur non essendo obbligata a farlo, ha deciso di seguire il principio di **doppia materialità**, fornendo informazioni necessarie a comprendere l'impatto che, come azienda, ha sulla società e sull'ambiente e come le questioni ESG impattino su di essa. In altre parole, la Società rendiconta su come i criteri ESG influenzino il proprio Enterprise Value e, viceversa, su come le attività aziendali della stessa impattino all'esterno, in relazione ai temi materiali di sostenibilità.

Due sono, infatti, i parametri presi in esame dal principio di doppia materialità: la materialità d'impatto con approccio **inside-out** e la materialità con approccio **outside-in**. La prima si concentra sugli impatti delle attività dell'organizzazione verso l'esterno, sul contesto sociale e ambientale, che i clienti, i consumatori e la società nel suo insieme dovrebbero essere in grado di comprendere. La seconda riguarda, invece, l'impatto dei potenziali rischi sociali e climatici su Novavision Group, che si potrebbero anche tradurre in conseguenze finanziarie, influenzando le decisioni strategiche di governance. Questo concetto di "doppia materialità" riconosce il fatto che rischi e opportunità possono essere rilevanti sia dal punto di vista finanziario che non finanziario.

## Materiality assessment

La valutazione della materialità è alla base della strategia di sostenibilità di Novavision Group, poiché aiuta a garantire che gli sforzi della Società rimangano concentrati sulle aree a maggior impatto e ad assicurare relazioni appropriate con gli stakeholder.

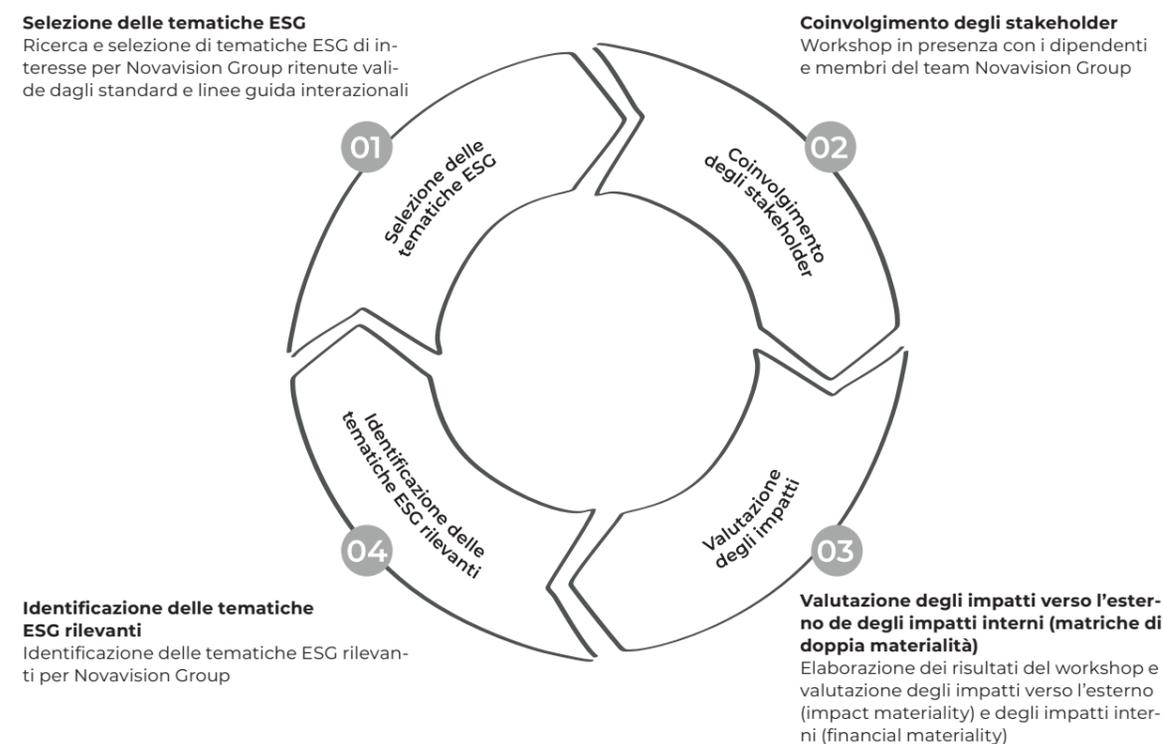
In occasione di questa terza edizione del Sustainability Report, a settembre 2022 Novavision Group ha condotto una accurata valutazione di materialità che consente di rafforzare la comprensione degli impatti aziendali, integrando ulteriormente la sostenibilità all'interno della Società.

Il processo di valutazione ha permesso di tener conto degli sviluppi interni legati al rapido avanzamento della evoluzione del business, all'ambizione di voler intraprendere un proprio percorso di crescita e sviluppo. La valutazione di materialità ha preso in considerazione le migliori pratiche emergenti nel campo della sostenibilità, le politiche e le normative ESG in ambito europeo e internazionale, le tendenze e i megatrend emergenti che diventeranno rilevanti nei prossimi anni.

Come Società che opera su scala globale in un mondo in rapida evoluzione, Novavision Group è convinta che il suo successo a lungo termine richieda un monitoraggio e un adattamento continui ai significativi cambiamenti sociali, ambientali, economici, politici e tecnologici.

Nel 2022, a partire dall'analisi condotta nello scorso esercizio 2021, è stata ampliata la valutazione della materialità, riconoscendo il valore che l'integrazione di differenti prospettive può apportare all'analisi e per approfondirne la comprensione.

La figura che segue mostra l'approccio metodologico seguito per l'analisi di valutazione della materialità.



La prima fase è consistita nel predisporre un elenco di argomenti ESG potenzialmente rilevanti, i quali sono stati valutati in base a tre diverse prospettive:

- **Prospettiva degli stakeholder**: il punto di vista dei principali soggetti in grado di influenzare l'operato e le decisioni aziendali;
- **Impatto esterno (inside-out)**: l'impatto sulla società e sul pianeta nelle diverse fasi della catena del valore di Novavision Group;
- **Impatto interno (outside-in)**: l'impatto sulla performance complessiva e sull'attività di Novavision Group in termini di rischi e opportunità che hanno o avranno un impatto sul valore aziendale.

Sono stati quindi integrati i risultati di queste tre prospettive per costruire la **matrice di doppia materialità** e identificare gli argomenti sui quali Novavision Group deve concentrarsi per ottenere il massimo impatto.

# Fase 1

## Selezione delle tematiche ESG

È fondamentale che la valutazione della materialità si basi su un elenco esaustivo di tematiche ESG che coprono tutte le aree potenzialmente rilevanti per la value chain di Novavision Group. Il punto di partenza dell'analisi di materialità è consistito quindi nella identificazione delle tematiche di sostenibilità potenzialmente rilevanti per la Società.

È stata condotta una **analisi desk** per definire un elenco di tematiche che coprono gli aspetti ESG. La lista delle tematiche di sostenibilità è stata ricavata esaminando le fonti di comunicazione di Novavision Group interne ed esterne, incluso l'elenco dei temi definiti nel precedente report, opinioni ESG degli investitori, rapporti dei media, standard e framework di sostenibilità (ad esempio, il GRI e il SASB, Linee Guida ISO 26000), gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite.

Tale analisi approfondita ha portato all'elenco di 18 tematiche ESG.

*Nota: Tematiche nuove rispetto alla precedente edizione del Sustainability Report*



L'elenco delle tematiche considerate, pur tenendo conto di quelli valutati durante l'analisi di materialità dello scorso anno, ha subito cambiamenti significativi. Una buona parte degli argomenti è stata rinominata e suddivisa in singoli temi per cercare di definire gli stessi in modo neutrale, tenendo conto dei loro potenziali impatti positivi e negativi. Rispetto allo scorso anno, sono state introdotte **sette nuove tematiche** (in grassetto nella grafica sopra riportata) per riflettere i cambiamenti nella attività e nella proposta di valore di Novavision Group e l'evoluzione dell'assetto societario e del posizionamento di mercato.

# Fase 2

## Coinvolgimento degli stakeholder

Il **coinvolgimento degli stakeholder** chiave nella valutazione della materialità e, più in generale, nel processo di identificazione delle priorità aziendali rappresenta un passaggio cruciale che consente di raccogliere contributi e feedback utili per comprendere e indirizzare in modo ancora più efficace gli sforzi di Novavision Group su obiettivi di sostenibilità condivisi. Impegnarsi con le parti interessate in modo aperto e trasparente offre l'opportunità di comprendere le loro aspettative e preoccupazioni, permettendo alla Società di affrontare il contesto nel quale opera, caratterizzato da continue trasformazioni e sfide industriali.

Per la valutazione della materialità, ci si è concentrati sulla raccolta di voci costruttive, informate e critiche, alla ricerca di opinioni obiettive e rappresentative, piuttosto che aprire ad

una platea di stakeholder più ampia e libera.

La raccolta dei dati qualitativi e quantitativi e la successiva valutazione di materialità è avvenuta nella seguente modalità: è stato organizzato un **workshop** a cui hanno partecipato **20 persone**, incluso CEO, Direttori e responsabili di funzione.

I partecipanti sono quindi stati divisi in quattro gruppi e ciascuno ha elaborato una matrice i cui risultati sono stati consolidati per l'elaborazione della matrice di doppia materialità. Attraverso il workshop è stato chiesto di esprimere una valutazione qualitativa e quantitativa in merito alle tematiche della sostenibilità precedentemente elencate, ritenute rilevanti e di maggiore interesse per Novavision Group.

È stata utilizzata una scala da 1 a 5 per la valutazione: non rile-

vante, poco rilevante, rilevante, molto rilevante, estremamente rilevante. Quest'ultima, in particolare, indica che la tematica è di estrema rilevanza e contribuisce strategicamente a creare valore sostenibile.

Per Novavision Group è dunque cruciale avere obiettivi chiari, avere una gestione attiva, monitorarle e rendicontarne i risultati raggiunti.

Al fine di evitare che le tematiche avessero tutte una valutazione di massima rilevanza, è stato chiesto di stabilire una priorità, chiedendo a ciascun partecipante di posizionare gli obiettivi in ordine decrescente di priorità.

In fase di valutazione, è stato chiesto ai partecipanti di esprimere la propria visione tenendo conto:

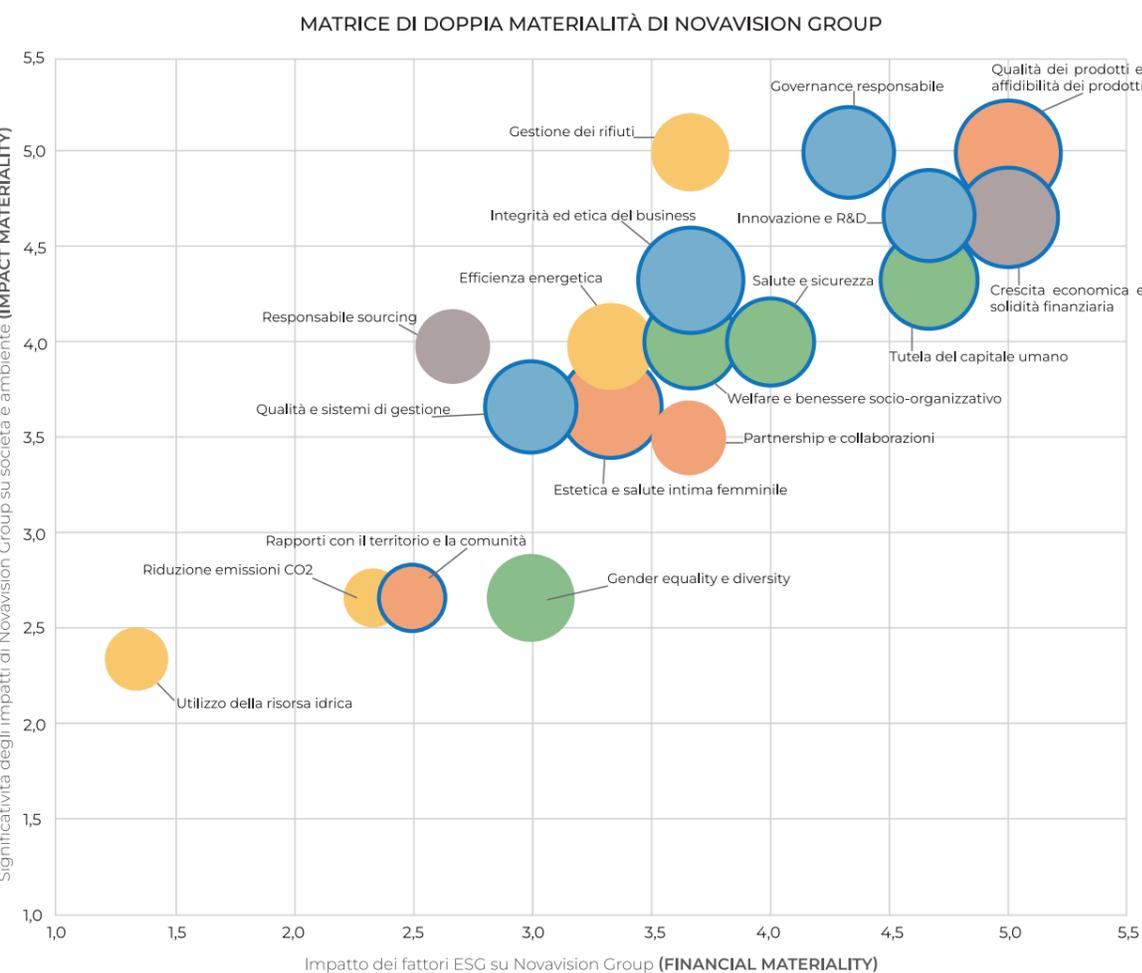
- dell'impatto che Novavision Group esercita sulle seguenti categorie di stakeholder: Clienti, Fornitori/Business partner, Banche e Istituti finanziari, Comunità e Istituzioni pubbliche, Università e Comunità Scientifica;
- dell'influenza che le categorie di stakeholder esercitano sui processi aziendali di Novavision Group.

Inoltre, è stata posta una domanda aperta a tutti i partecipanti al workshop al fine di esplorare eventuali ulteriori tematiche di sostenibilità, non incluse nel questionario e che fossero ritenute comunque potenzialmente materiali nel contesto di Novavision Group.



# Fase 3

## Valutazione degli impatti e matrice di doppia materialità



La **matrice di doppia materialità** è stata generata utilizzando tutti gli input raccolti attraverso il workshop.

Osservando la matrice, possiamo notare che:

- le tematiche sono evidenziate con un colore diverso per tipologia di capitale;
- sull'asse "X" della matrice sono rappresentati i temi che comportano i rischi e le opportunità più significativi per la creazione di valore di Novavision Group (outside-in);
- sull'asse "Y" è stata rappresentata la significatività degli impatti di Novavision Group su società e ambiente (inside-out);
- è stata rappresentata la prospettiva degli stakeholder interni assegnando dimensioni diverse a ciascuna bolla tematica, a seconda della rilevanza attribuita dai partecipanti al workshop.

Il tema 'Qualità dei prodotti e affidabilità dei prodotti' si è classificato significativamente più in alto rispetto a tutti gli altri temi ESG rispetto alla media delle tre valutazioni proposte in termini di impatto verso l'esterno, impatto verso l'interno e rilevanza della tematica.

Sono stati identificati altri otto temi situati nella parte destra superiore della matrice (quelli che cumulativamente hanno ricevuto il punteggio più alto sia nella valutazione d'impatto in entrata che in quella in uscita) come i più rilevanti: 'Governance Responsabile', 'Innovazione e R&D', 'Crescita economica e solidità finanziaria', 'Tutela del capitale umano', 'Gestione dei rifiuti', 'Integrità ed etica del business', 'Welfare e benessere socio-organizzativo' e 'Salute e sicurezza'.

Dalla matrice si possono osservare altre due tematiche che hanno ricevuto un punteggio medio-alto sia verso l'interno che verso l'esterno, sia in termini di rilevanza (dimensioni delle bolle): 'Etica e salute intima femminile' e 'Qualità e sistemi di gestione'.

Infine, da segnalare il tema 'Gender equality e diversity' che, pur non essendo al momento ritenuto significativo in termini di impatti verso l'esterno e verso l'interno, ha registrato un punteggio medio-alto in termini di rilevanza percepita, mostrando in tal modo di essere una tematica emergente ed estremamente interessante per la realtà di Novavision Group.

## Fase 4

### Sintesi dei risultati

Nel complesso, i risultati del workshop hanno confermato che la sostenibilità continua a crescere d'importanza e che i fattori ESG svolgono un ruolo sempre più rilevante per tutti gli stakeholder, indipendentemente dal gruppo che essi rappresentano.

È stata, infine, costruita la lista di temi materiali, elaborando i risultati del workshop dal punteggio assegnato dagli stakeholder esterni (Clienti e Fornitori) e quello assegnato dagli stakeholder interni (Leadership Team).

Il posizionamento delle tematiche materiali è il risultato della rilevanza attribuita a ciascuna di esse rispetto agli stakeholder interni (rilevanza per Novavision Group) e agli stakeholder esterni (rilevanza per gli stakeholder).

Applicando una soglia di valore pari a 3,5 per la dimensione della Financial Materiality e 3,9 per la dimensione della Impact Materiality, si possono individuare le 9 tematiche materiali per Novavision Group:

#### Identità e governance:

- Governance responsabile
- Integrità ed etica del business
- Innovazione e R&D

#### Capitale Economico e Finanziario:

- Crescita economica e solidità finanziaria

#### Capitale Naturale:

- Gestione dei rifiuti

#### Capitale Umano:

- Salute e sicurezza
- Welfare e benessere socio-organizzativo
- Tutela del capitale umano

#### Capitale Sociale e Relazionale:

- Qualità dei prodotti e affidabilità dei prodotti

## Highlights 2022

**37 Anni di attività**

**100% Produzione italiana**

**35 Tecnologie brevettate**

**25 Paesi** Presenze nel mondo

**275 Apparecchiature prodotte**

**6,5 mln € Ricavi totali**

**3,4 mln € Ricavi in Italia**

**3,5 mln € Divisione Medical Aesthetic**

**3 mln € Divisione Retail**

**2,3 mln € Valore aggiunto distribuito**

**88% Quota fornitori in Italia**

(74% in Lombardia)

**56.834 € Investimenti**

**38 Dipendenti**

**55% Incidenza donne**

**33,3% Donne Manager**

**365 Ore complessive di formazione**

**9,61 Ore di Formazione per dipendente**

**37 Ore di formazione HSE**

**873 GJ Consumi di energia**

**535 mc Consumi idrici**

**158,39 ton Rifiuti gestiti**

**-45% Riduzione consumo di carta**

# Nota metodologica

**I**l presente Bilancio di Sostenibilità relaziona, nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotto in merito ai temi ritenuti rilevanti, con riferimento all'esercizio 2022 (dal 1° gennaio 2022 al 31 dicembre 2022).

Il Bilancio di Sostenibilità è uno strumento fondamentale di interazione con i propri Stakeholder, in grado di promuovere il dialogo e le opportunità di miglioramento e crescita reciproche.

Novavision Group S.p.A. considera il Bilancio di Sostenibilità uno degli strumenti primari di gestione e di rendicontazione delle attività e dei risultati in ambito sociale e ambientale, oltre che uno strumento fondamentale di informazione e dialogo con tutti i soggetti con cui si relazione direttamente o indirettamente.

Oltre ai risultati e ai traguardi raggiunti, il Bilancio riporta i principi e i valori da cui prendono forma le attività di Novavision Group S.p.A. e i suoi obiettivi futuri. Particolare rilevanza è stata posta alle iniziative attuate nel corso del 2022, che dimostrano l'impegno di Novavision Group nella sostenibilità e nella creazione di valore condiviso, e i risultati raggiunti in tali ambiti.

Il perimetro dei dati e delle informazioni sociali e ambientali comprende la Società Novavision Group a socio unico S.p.A., operante nelle seguenti Sedi:

- Sede legale in Via di Porta Vercellina n. 9, 20123 Milano (MI) – Italia
- Unità Locale in Via dei Guasti, 19, 20286 Misinto (MB) - Italia
- Unità Locale in Via dei Guasti, 29, 20826 Misinto (MB) – Italia
- Unità Locale in Nuova Poggioreale, 60 80143 Napoli (NA) – Italia

Nel perimetro non sono incluse le Società controllate, collegate e controllanti: Guangzhou Haozhi Biological Technology Co. Ltd e Guangzhou Haoyun Biological Technology Co. Ltd, nonché Novabee S.r.l., costituita quest'ultima a ottobre 2020. Novavision Group S.p.A. non ha sedi secondarie.

Per il presente Bilancio di Sostenibilità sono stati adottati i seguenti riferimenti tecnico-metodologici:

- il “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definiti dal Global Reporting Initiative (GRI);
- ai principi guida e agli elementi di contenuto previsti dall'International Integrated Reporting Framework (di seguito anche “IIRF” o “IR Framework”) emanato dall'International Integrated Reporting Council (IIRC) e aggiornato nel gennaio 2021;
- lo “Standard GBS 2013 - Principi di redazione del bilancio sociale” predisposto dal Gruppo di Studio per il Bilancio sociale (GBS), per la predisposizione del prospetto di determinazione e distribuzione del valore aggiunto.

La raccolta e il consolidamento delle informazioni e dei dati qui riportati, sono avvenute attraverso l'aggiornamento del Piano dei Conti della Sostenibilità, predisposto nel secondo semestre del 2021 con il coinvolgimento della Direzione. Il processo di individuazione e definizione delle tematiche rilevanti è stato valutato esaminando le diverse tematiche aziendali, e analizzando dati e documenti rilevanti per la sostenibilità e che incidono sulle aspettative e sulle decisioni del business aziendale e degli stakeholder.

Il Bilancio è suddiviso nei seguenti capitoli: 1. Identità; 2. Governance responsabile; 3. Capitolo Economico; 4. Capitale Umano; 5. Capitale sociale e relazionale; 6. Capitale naturale. Tali capitoli sono preceduti dalla Lettera agli Stakeholder.

Il capitolo ‘Identità’ contiene una descrizione della Società, in termini di: presenza sul mercato e nel mondo, etica e valori, strategia, attività di R&D, sistemi di gestione e certificazioni.

Il capitolo ‘Gestione responsabile del business’ include informazioni relative a: governance, struttura azionaria, organi societari e assetto organizzativo. Al suo interno si trova inoltre una descrizione dell'approccio strategico della Società alla sostenibilità e la mappa degli stakeholder, definita coinvolgendo direttamente il CEO e alcuni responsabili delle varie unità organizzative e diversi referenti aziendali, pervenendo in tal modo a un censimento dei soggetti che interagiscono con la Società.

Ciascuna categoria individuata presenta particolari interessi e aspettative, e viene ascoltata attraverso specifiche iniziative di dialogo e coinvolgimento. Infine, lo stesso capitolo contiene le tematiche ritenute rilevanti per la Società e il contributo fornito rispetto agli SDGs (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile), e gli impegni assunti dalla Società

riportati nel documento di Dichiarazione di Politica e Obiettivi redatto dalla Direzione.

Il capitolo ‘Capitale economico’ contiene un cenno alle performance economiche (ricavi totali, ricavi per divisione e ricavi per area geografica) e il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto. Lo stesso capitolo contiene informazioni sul profilo della filiera di fornitura, le modalità di selezione e qualificazione dei fornitori, le caratteristiche di approvvigionamento e la ricaduta sull'Italia e il territorio. Il capitolo ‘Capitale umano’ è incentrato sulle risorse umane della Società, dettagliandone i criteri di gestione, la qualità e la sicurezza degli ambienti di lavoro, le attività formative per sviluppare il talento e la creatività delle persone, l'attenzione nei confronti dell'inclusione e delle pari opportunità.

Il capitolo ‘Capitale sociale e relazionale’ descrive i prodotti, i brand e i servizi offerti dalle diverse business unit, la strategia e il posizionamento di mercato, la customer experience, le caratteristiche di qualità e sicurezza dei prodotti, con particolare riguardo ai dispositivi elettromedicali ed elettroestetici. All'interno dello stesso capitolo

sono riportati i principali eventi di marketing e le principali iniziative a carattere sociale (progetto VisionS per la promozione dell'arte e della cultura in ogni sua forma, l'adesione al programma di membership aziendale del FAI (Fondo Ambiente Italia).

Infine, il capitolo ‘Capitale naturale’ descrive la politica e il sistema di gestione ambientale, i consumi di energia dell'organizzazione, l'utilizzo delle risorse idriche, la gestione dei prodotti chimici, le emissioni in atmosfera e la gestione dei rifiuti. Viene inoltre data enfasi al progetto Gaia, avviato dalla Società con l'intento di intraprendere diverse iniziative e partnership nel proprio percorso di sostenibilità.

Il documento viene ampiamente diffuso a tutti gli Stakeholder di Novavision Group S.p.A. attraverso la pubblicazione nel sito web istituzionale <https://www.novavision.net/> della Società e la distribuzione e presentazione a tutti i collaboratori.



**NOVA VISION**  
MAKING FUTURE GROUP

**NOVA CLINICAL**

**NOVA ESTETYC**

**NOVA RETAIL**

**iO**  
SKINCARE

1

**Identità**

## 1.1 Novavision group

Siamo un'azienda 100% Made in Italy con un profilo altamente tecnologico, leader di mercato da oltre 35 anni nella produzione di apparecchiature avanzate di biotecnologia per la medicina estetica e l'estetica professionale, e dermocosmetica di alta qualità.

Dal 1986 a Misinto, nel distretto produttivo brianzolo, abbiamo iniziato il nostro business con la produzione di videoproiettori e schede elettroniche, diversificando l'attività dalla fine degli anni '90 nelle due distinte Business Unit Biotech e Novaretail.

La divisione Biotech, di cui fanno parte Novaclinical, Novaestetyc e IO' Skincare, sviluppa apparecchiature elettromedicali, prodotti dermocosmetici e formazione nel campo della medicina estetica e dei trattamenti professionali.

La divisione Novaretail opera nel settore dei sistemi integrati di comunicazione: shop in shop, isole emozionali, corner, pareti espositive, espositori multimediali ed elettronica applicata.



## 1.2 Una storia tutta italiana

Siamo un'azienda italiana al 100% in cui tutto lo stile, il design e il gusto per la bellezza, che hanno reso il nostro Paese famoso nel mondo, si fondono armoniosamente con l'impiego di materiali e tecnologie all'avanguardia.

Novavision nasce nel 1986 grazie alle idee di Flavio Peralda e Salvatore D'Amico, veri e propri innovatori nel campo della tecnologia e degli elettromedicali.

La prima parte della storia si sviluppa con Boffi Audio Rack – divisione che Flavio Peralda crea all'interno di Boffi Cucine – dedicata alla progettazione e produzione di diffusori acustici per conto di importanti multinazionali giapponesi e americane. Boffi Audio Rack diventa presto un punto di riferimento nel mercato dell'alta fedeltà, con prodotti realizzati per i maggiori clienti del settore tra i quali Pioneer, Technics, Panasonic, Grundig, Philips, Aiwa e Hitachi.

Ma anche con lo studio e la realizzazione di videoproiettori ad alta definizione, nonché contribuendo alla creazione dei primi schermi al plasma per conto della sua controllata Vidikron, premiata con ben sette riconoscimenti in America, Francia e Far-East. Novavision Group è al fianco delle sue consociate supportandole grazie ad innovativi sistemi di industrializzazione e produzione.

A fine anni '90, con l'avvento dei colossi multinazionali Vidikron viene ceduta, ed in Novavision Group vengono create la Divisione Display e la Divisione Benessere-Bellezza (oggi rispettivamente Novaretail e Biotech con i marchi Novaclinical, Novaestetyc, IO), che hanno posto le basi per la sua identità attuale.

L'attività di ricerca, svolta in collaborazione con l'Università di Pavia e il Policlinico San Matteo di Pavia, aggiunge il giusto prestigio a Novavision Group S.p.A. che è riconosciuta come una delle aziende leader nel proprio settore in continua espansione. Nel 2023 è stata avviata, inoltre, una collaborazione con il Polo Scientifico di Siena. Nel 2017 il Gruppo è stato acquisito dalla società Guangzhou Haozhi Biological TechnologyCo. Ltd, che ha mantenuto la progettazione e la produzione a Misinto.

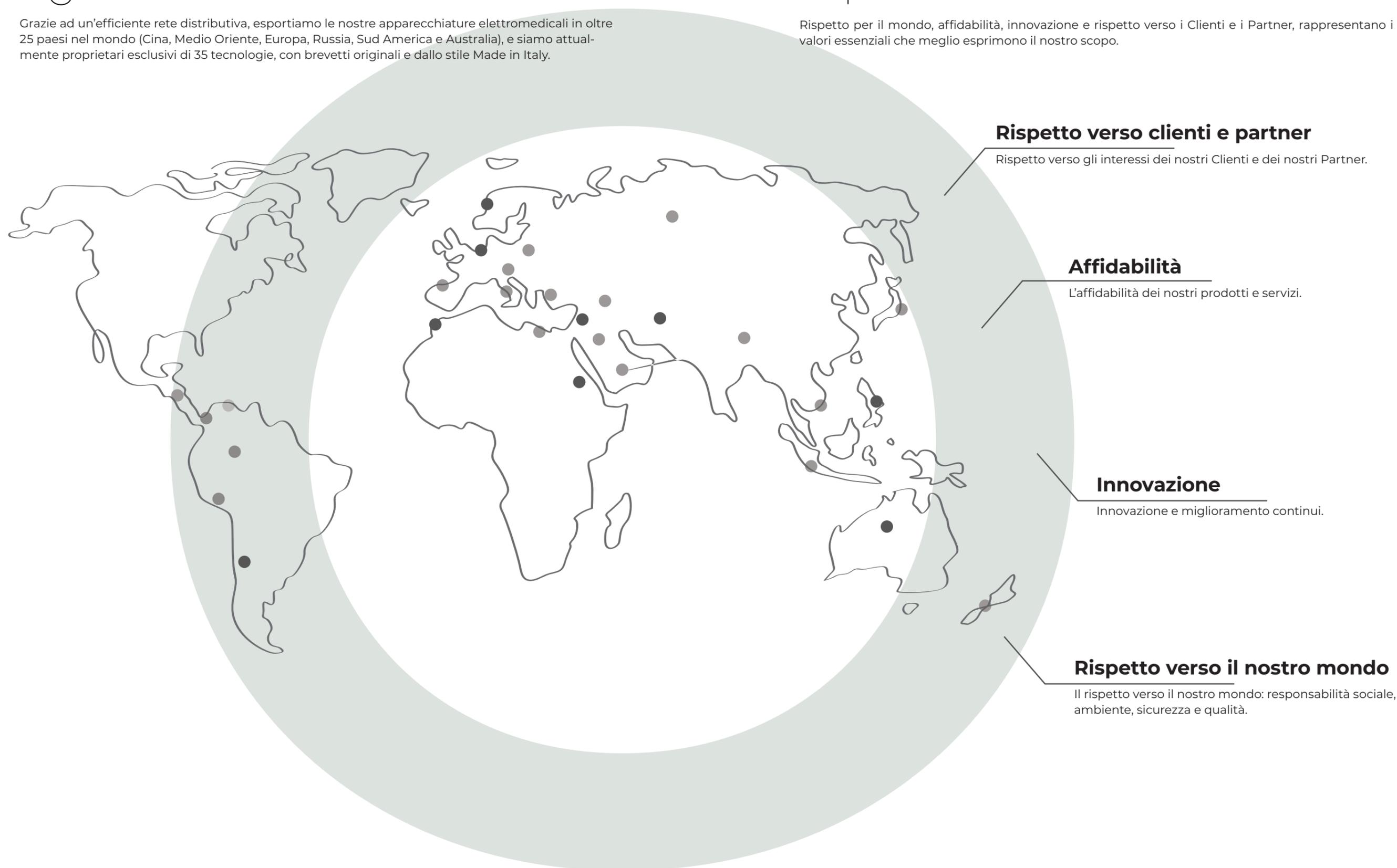


## 1.3 Presenza nel mondo

Grazie ad un'efficiente rete distributiva, esportiamo le nostre apparecchiature elettromedicali in oltre 25 paesi nel mondo (Cina, Medio Oriente, Europa, Russia, Sud America e Australia), e siamo attualmente proprietari esclusivi di 35 tecnologie, con brevetti originali e dallo stile Made in Italy.

## 1.4 I nostri valori

Rispetto per il mondo, affidabilità, innovazione e rispetto verso i Clienti e i Partner, rappresentano i valori essenziali che meglio esprimono il nostro scopo.



## 1.5 Codice etico

A settembre 2019, Novavision Group S.p.A. ha adottato il Codice Etico, attualmente alla sua prima edizione.

Il Codice Etico:

- definisce i **principi etici fondamentali** ai quali Novavision Group S.p.A. si ispira nel perseguimento dei propri obiettivi ed interessi e la cui osservanza si considera essenziale per il corretto svolgimento delle attività aziendali e per tutelare l'affidabilità, la reputazione e l'immagine dell'azienda;
- stabilisce le **regole di comportamento** e gli **impegni** da rispettarsi da parte di quanti, a vario titolo, collaborano con Novavision; e le modalità di comunicazione, diffusione, controllo e monitoraggio del Codice Etico stesso.

I principi e le disposizioni del presente Codice Etico costituiscono esemplificazioni degli obblighi generali di diligenza, correttezza, lealtà ed integrità morale, che qualificano l'adempimento delle prestazioni lavorative ed il comportamento nell'ambiente di lavoro.

I principi e le disposizioni del Codice sono vincolanti per gli Amministratori, per tutte le persone legate da rapporti di lavoro subordinato con la Società e per tutti coloro che operano per la Società indipendentemente dal rapporto, anche temporaneo, che li lega alla stessa.

# 1.6 Strategia e modello di business

La nostra realtà nasce con l'idea di sfruttare l'innovazione tecnologica e la qualità del design tutto italiano, per offrire una valida risposta alla crescente domanda dei professionisti della salute e dell'estetica, e delle aziende che vogliono adottare una comunicazione di forte impatto.

L'obiettivo è quello di contribuire al miglioramento della qualità della vita proponendo dispositivi medici, apparecchiature estetiche, prodotti dermo-cosmetici, e sistemi integrati di comunicazione.

Per questo, abbiamo combinato lo stile, il design, la qualità e la bellezza che caratterizzano l'Italia, con la ricerca e l'innovazione, i materiali e le tecnologie, per soddisfare le esigenze dei clienti attraverso soluzioni complete.

La capacità di sviluppare e di applicare nuovi strumenti, in grado di incontrare le necessità dei nostri utenti, è l'aspetto più importante del nostro agire. Il dipartimento R&D svolge un ruolo chiave nel miglioramento della tecnologia esistente, nell'introduzione di attrezzature all'avanguardia e nella creazione di brevetti a marchio Novavision.

Siamo leader nei dispositivi di medicina estetica basati sull'emissione di energia utilizzando tecnologie innovative che permettono una sicura interazione con l'uomo per ritrovare il benessere psico-fisico in una popolazione la cui età media è in continuo aumento.

La nostra crescita è caratterizzata da sei principali **fattori strategici**: la crescita e l'espansione a livello internazionale, l'approccio rigorosamente Made in Italy, l'efficienza organizzativa che si traduce in capacità organizzativa, la cultura aziendale orientata alla social responsibility e ai rapporti con i diversi stakeholder, il focus su design e innovazione.

## BUSINESS STRATEGY

### Made in Italy

Dispositivi medici, apparecchiature estetiche e prodotti dermo-cosmetici, rigorosamente "made in Italy", realizzati nello stabilimento di Misinto (MB)

### Espansione internazionale

Crescita ed espansione livello internazionale

### Eccellenza

Qualità ed eccellenza dei prodotti e soluzioni, frutto di una conoscenza ed esperienza nelle tecnologie medicali

### Execution

Efficienza organizzativa e stretto coordinamento tra la Direzione Production e le Direzioni Production e le Direzioni Sales, Marketing e Design Center

### Innovazione

Focus su innovazione di prodotto e attività di R&D funzionali al business

### Sostenibilità

Cultura e identità aziendali orientate ai rapporti con il territorio, la comunità e, più in generale, tutti gli stakeholder

## 1.7 Innovazione, ricerca e sviluppo

Da azienda leader nel settore, siamo da sempre proiettati verso il miglioramento e l'innovazione.

Il desiderio costante di rinnovare, l'approccio tecnologico all'avanguardia, la spinta verso il raggiungimento dell'eccellenza e degli obiettivi prefissati, sono gli elementi che ci contraddistinguono e che ci hanno permesso di consolidare la nostra posizione, a livello nazionale ed internazionale. Per questo motivo, riteniamo fondamentale continuare a lavorare, a perfezionare le tecnologie già esistenti e a crearne sempre di nuove, promuovendo un assiduo investimento nei settori di **Ricerca e Sviluppo**.

Al cuore di questo processo di continua crescita e innovazione ci sono le nostre persone, i dipendenti Novavision, che consideriamo un asset strategico. Possiamo, infatti, contare su un eccellente team di ingegneri biomedici ed elettronici, con elevati profili professionali in continuo aggiornamento, che studiano, progettano e sviluppano nuove tecnologie. Le specifiche competenze del nostro team consentono di affrontare tutti gli ambiziosi progetti prefissati, che puntano a soddisfare le esigenze di un mercato sempre più competitivo e in continua evoluzione.

Nel corso del 2022, abbiamo svolto attività di ricerca e sviluppo nello Stabilimento di Misinto, impegnandoci nello studio, progettazione e sviluppo di sistemi e apparecchiature innovative. In particolare, sono stati realizzati i progetti<sup>1</sup> illustrati in figura.



### PROGETTO 1

Attività di studio, progettazione e sviluppo finalizzato alla realizzazione di un innovativo sistema di raccolta dati e successiva analisi predittiva basata sulla tecnologia Internet of Things (N0108-IOMT).



### PROGETTO 2

Attività di studio, progettazione e sviluppo finalizzata alla realizzazione di un innovativo sistema di elettrostimolazione corporea (N0132-MSHAPE).



### PROGETTO 3

Attività di studio, progettazione e sviluppo prototipale finalizzato alla realizzazione di un innovativo elettrostimolatore per il miglioramento del tono muscolare e il recupero delle funzioni basato su sistemi IoT e BT (N0117-NOV-EMS12).



### PROGETTO 4

Attività di studio, progettazione e sviluppo prototipale finalizzata alla realizzazione di un'innovativa tecnologia rigenerativa per i trattamenti vulvo-vaginali (N0120-DAFNE).

<sup>1</sup> Le attività di ricerca e sviluppo si configurano tra quelle riconducibili ai criteri di ammissibilità prevista dalla Legge 160/2019, per cui la Società si avvale del credito di imposta previsto dalla stessa legge 160/2019.

## 1.8 Certificati e sistemi qualificanti della gestione

Nel nostro lavoro quotidiano, prendiamo atto della continua evoluzione tecnologica dei prodotti e delle applicazioni, delle specifiche esigenze del Cliente e del mercato, e vogliamo promuovere la "Qualità" come uno degli obiettivi strategici da raggiungere e migliorare continuamente, unitamente al profitto ed alla buona conduzione dell'Organizzazione.

Abbiamo pertanto deciso di implementare un Sistema di Gestione Integrato (SGI) attraverso il Manuale Unico, considerando quest'ultimo parte integrante del patrimonio della cultura aziendale in forma oggettiva in modo da poter divulgare e conservare le esperienze della nostra organizzazione. Siamo convinti che il Sistema di Gestione Integrato (SGI) sia un elemento necessario e qualificante oltre che un fattore strategico per mantenere e consolidare la nostra posizione nel mercato di riferimento, ma soprattutto la gestione deve essere lo strumento per raggiungere, mantenere e potenziare gli obiettivi con migliore efficienza. Il Manuale Unico di Novavision Group S.p.A. si applica a tutti i principali processi dell'organizzazione ed è integrato, per lo sviluppo di dettaglio, anche dalla documentazione di base quale Procedure Gestionali ed Istruzioni Operative.

Novavision Group S.p.A., in conformità con la normativa UNI EN ISO 9001, identifica l'oggetto delle proprie attività nella:

- **"Progettazione e sviluppo, fabbricazione ed assistenza tecnica di dispositivi elettroestetici ed elettromedicali; progettazione e fabbricazione di espositori per punti vendita e G.D.O.; erogazione del servizio di formazione relativo ai prodotti/dispositivi fabbricati; commercializzazione di prodotti cosmetici; servizio di logistica ed installazione per punti vendita G.D.O."**

Novavision Group S.p.A., in conformità con la normativa UNI EN ISO 13485, identifica l'oggetto delle proprie attività nella:

- **"Progettazione e sviluppo, fabbricazione ed assistenza tecnica di apparecchiature elettromedicali e relativi accessori per applicazioni terapeutiche in ambito dermatologico, ginecologico e fisioterapico."**

Novavision Group S.p.A., in conformità con la Norma UNI EN ISO 14001, identifica l'oggetto delle proprie attività nella:

- **"Progettazione e sviluppo, fabbricazione ed assistenza tecnica di dispositivi elettroestetici ed elettromedicali mediante le fasi di assemblaggio, collaudo e spedizione. Progettazione e fabbricazione di espositori per punti vendita e G.D.O. mediante le fasi di assemblaggio, collaudo e spedizione. Commercializzazione di prodotti cosmetici. Servizio di logistica ed installazione per punti vendita e G.D.O."**

Novavision Group S.p.A. è inoltre attualmente conforme ai requisiti applicabili della Direttiva 93/42/UE, in attesa di allinearsi a quanto previsto dal Regolamento (UE) 2017/745 che ha abrogato suddetta Direttiva e dal Rolling Plan tracciato della Comunità Europea, per le seguenti tipologie di Dispositivi Medici:

- **Dispositivo a radiofrequenza / Radiofrequency device;**
- **Dispositivo per carbossiterapia / Device for carbosstherapy;**
- **Dispositivo per elettrostimolazione e fotobiostimolazione / Fotobiostimulation and electrostimulation device;**
- **Dispositivo per trattamenti a luce incoerente / Device for incoherent light treatment;**
- **Dispositivo per trattamenti sonicazione / Device for sonication treatment.**

Il 26 maggio 2021 è formalmente la data da cui è decorsa la piena applicabilità del **Regolamento 2017/745**<sup>2</sup>, tuttavia sussiste un periodo di deroga in cui alcuni dei Dispositivi conformi alle direttive potranno continuare ad essere immessi legittimamente sul mercato (legacy devices).

Il Regolamento (UE) 2017/745 prevede, tra le altre, alcune criticità potenziali degne di attenzione quali:

- disposizioni sull'esecuzione di **Indagini Cliniche sui Dispositivi** e accessori all'interno dell'Unione Europea;
- aumentare la **sicurezza del paziente** introducendo procedure più severe per la valutazione della conformità (assicurando che i Dispositivi non sicuri o non conformi non vengano immessi sul mercato) e la sorveglianza post-commercializzazione;

A tale proposito, Novavision Group S.p.A. ha deciso di avviare l'iter associativo con **Confindustria Dispositivi Medici** (<https://www.confindustriadm.it/>), in modo da poter disporre di un aggiuntivo partner professionale qualificato che possa guidare l'Organizzazione alla corretta applicazione del suddetto Regolamento.

L'adesione in qualità di Socio Ordinario è stata deliberata da Confindustria Dispositivi Medici in data 8 novembre 2021.

<sup>2</sup> Il Regolamento (UE) 2017/745 si pone l'obiettivo di elevare gli standard di qualità e sicurezza dei prodotti e creare contemporaneamente un quadro legislativo sostenibile, favorevole all'innovazione che ponga l'UE quale garante della salute globale e del buon funzionamento del mercato interno nel settore dei dispositivi medici.



2

**Governance**

## 2.1 Governance

Il nostro sistema di governo societario si fonda sul modello organizzativo 'tradizionale' ed è sviluppato secondo le normative vigenti e applicabili al settore. Nella nostra organizzazione teniamo altresì conto delle migliori pratiche ricavabili dal confronto a livello nazionale e internazionale.

### Principali organi di governance

Assemblea degli azionisti	Consiglio di amministrazione	Collegio sindacale	Consiglio di direzione	Dirigente preposto
Composta dagli azionisti di Novavision S.p.A., esprime la volontà sociale, deliberando con le modalità e sugli argomenti previsti dalla Legge e dallo Statuto, in forma ordinaria e straordinaria.	Insieme al Collegio sindacale, è l'organo posto al vertice della governance della Società. È investito di tutti i poteri per l'ordinaria e straordinaria amministrazione, salvo quelli che la legge espressamente attribuisce all'Assemblea dei Soci.	Ha il compito di vigilare sull'osservanza della Legge, dello Statuto e dei principi di corretta amministrazione della Società.	È costituito dalla prima linea dell'organizzazione, che ha il compito di monitorare i progetti e prendere le opportune decisioni.	Ha il compito di redigere i documenti contabili societari.

La carica di Amministratore Delegato è ricoperta dal 28 marzo 2018 da Danilo Crapelli, il quale ricopre anche la carica di Direttore Generale, con il potere di sovrintendere e coordinare ed attuare tutte le attività connesse agli adempimenti previsti dalle normative vigenti in materia di igiene, sicurezza e di tutela della salute dei lavoratori sui luoghi di lavoro, di impatto ambientale, di igiene e sicurezza dei prodotti alimentari, nonché più in generale, tutti gli adempimenti previsti per la produzione, l'acquisto e la distribuzione di tutti i prodotti fabbricati, acquistati e commercializzati dalla Società.

Il Consiglio di Amministrazione di Novavision Group S.p.A. opera anche per il tramite dell'Amministratore Delegato e degli amministratori con rappresentanza.

Attese le dimensioni della Società e dei componenti il Consiglio di Amministrazione, quest'ultimo non ha ritenuto necessario, fino ad oggi, istituire al suo interno comitati con funzioni propositive o consultive, quali: Comitato per le nomine, Comitato per le remunerazioni, Comitato per il controllo interno.

Il Consiglio di Amministrazione si riserva di provvedere in futuro alla costituzione di tali Comitati, sorgendone la necessità in relazione alle dimensioni della Società.

## 2.2 Struttura e organi societari

Novavision ha forma giuridica di S.p.A. a socio unico, e a partire dal 12 marzo 2019 la Società è soggetta all'attività di direzione e coordinamento da parte del socio unico Guangzhou Haozhi Biological Technology Co. Ltd con sede in Yong An Avenue, 63 nel distretto Huangpu a Guangzhou, Guangdong – Cina.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE <sup>(1)</sup>	
<b>PRESIDENTE</b>	<b>Yonglin Xiao</b>
<b>AMMINISTRATORE</b>	<b>Tenghui Huang</b>
<b>AMMINISTRATORE DELEGATO</b>	<b>Danilo Crapelli</b>

<sup>(1)</sup> Il Consiglio di Amministrazione è stato rinnovato il 28 aprile 2021, essendo scaduto al 31 dicembre 2020 il mandato conferito ai componenti del CdA stesso.

COLLEGIO SINDACALE	
<b>PRESIDENTE</b>	<b>Filippo Verzini</b>
<b>SINDACO EFFETTIVO</b>	<b>Federico Mottola</b>
<b>SINDACO EFFETTIVO</b>	<b>Roberto Polidoro</b>
<b>SINDACO SUPPLENTE</b>	<b>Luca Breveglieri</b>
<b>SINDACO SUPPLENTE</b>	<b>Cecilia Elena Mottola</b>

SOCIETA' DI REVISIONE	
	<b>BDO Italia S.p.A.</b>
DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI	
	<b>Stefano Donini</b>

Nel 2022, la ripartizione per genere dei componenti appartenenti agli organi Societari precedentemente descritti è la seguente.

COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIETARI PER TIPO DI QUALIFICA <sup>(1)</sup>	2022			2021			2020		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
<b>CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE</b>		3	3		3	3		3	3
<b>COLLEGIO SINDACALE</b>	1	4	5		3	3		3	3

<sup>(1)</sup> Il Consiglio di Amministrazione è stato rinnovato il 28 aprile 2021, essendo scaduto al 31 dicembre 2020 il mandato conferito ai componenti del CdA stesso.

Il 66% dei componenti del Consiglio di amministrazione ricade nella fascia di età tra i 30 e i 50 anni, mentre il terzo membro risulta under 30. Il 100% dei componenti del collegio sindacale, invece, ricade nella fascia over 50.

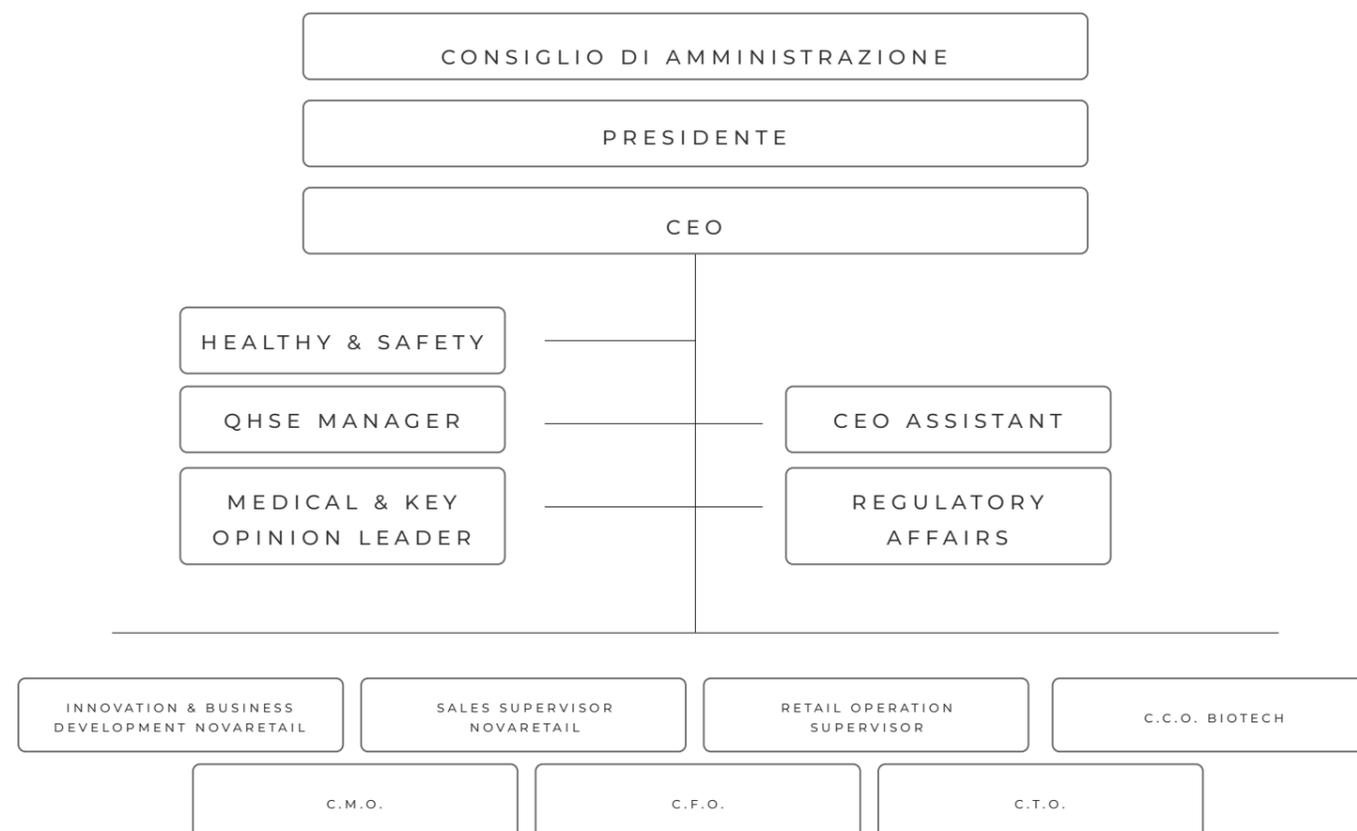
## 2.3 Assetto organizzativo

Il nostro modello organizzativo si basa su tre esigenze principali:

1. Distribuire e allocare obiettivi e responsabilità tra i manager;
2. Raggruppare le unità in modo da consentire il miglior utilizzo delle risorse e soddisfare più efficacemente le necessità dei clienti, differenziati per prodotti e mercati;
3. Scegliere meccanismi di integrazione e controllo più appropriati, nonché le modalità organizzative più utili a garantire l'efficace funzionamento dell'intera struttura.

Le direttrici di sviluppo del modello organizzativo si basano su macro-processi che operano in modo integrato con il fine ultimo di soddisfare le esigenze del mercato:

1. **Processo industriale** assicurato dalle Direzioni Retail Operation e Production, all'interno della quali vi sono rispettivamente le unità Logistic e Project Management, e le unità Production Operation, Testing, Warehouse, Production Warehouse, Logistic Warehouse, contraddistinte tutte da obiettivi di efficienza, ottimizzazione e time-to-market.
2. **Processo di gestione dei Mercati e dei Clienti** (C.C.O. Novaretail, Innovation & Business Development, C.C.O. Biotech, C.M.O.), caratterizzate da un'organizzazione per line of business e distinto da obiettivi di efficacia, soddisfazione del cliente, crescita e marginalità.
3. **Processi centrali o funzioni di linea centrali** (Health & Safety, Quality System, Regulatory Affairs, Medical Key & Opinion Leader) che presidiano alcuni processi e garantiscono una coerente integrazione tra il processo industriale e il processo di gestione dei Mercati e dei Clienti.
4. **Processi Corporate** che presidiano o supervisionano i processi di supporto e di staff (C.F.O., Procurement e R&D). Il modello organizzativo si declina, quindi, in una struttura organizzativa come di seguito riportata.



Nota: suddetto assetto organizzativo è aggiornato a aprile 2023



## 2.4 Sostenibilità e creazione di valore

### APPROCCIO

Abbiamo una forte e radicata cultura valoriale e una naturale attitudine alle tematiche sociali, e abbiamo sempre posto molta attenzione alle seguenti tematiche chiave: qualità e sicurezza dei prodotti, innovazione di prodotto, efficienza operativa, gestione della relazione con i fornitori e i partner, valorizzazione del capitale umano, tutela della salute e della sicurezza sul lavoro, attenzione alle esigenze dei clienti nazionali e internazionali e agli impatti della propria attività sull'ambiente.

Nel tempo abbiamo adottato un approccio idoneo a gestire in modo responsabile l'intera organizzazione, al fine di prevenire i rischi, garantire solidità e crescita duratura all'organizzazione, in un contesto collaborativo con tutti gli stakeholder.

Sostenibilità vuol dire per noi **raccontare la nostra identità** e rappresenta pertanto l'opportunità di raccogliere in maniera organica gli elementi già presenti nella nostra azienda, e che intendiamo comunicare agli Stakeholder e alla Comunità. La sostenibilità deve per noi tradursi nella assunzione di responsabilità verso tutti i nostri stakeholder, collegarsi all'innovazione, rappresentare una leva competitiva per sostenere la crescita e il valore dell'azienda e, soprattutto, esprimersi in azioni e iniziative concrete per produrre effetti positivi sulle persone e sull'ambiente.

### Responsabilità

Assunzione di responsabilità verso gli stakeholders del gruppo

### Innovazione

Sostenibilità come acceleratore di innovazione

### Azioni concrete

Azioni e iniziative concrete per produrre effetti positivi sulle persone e sull'ambiente

### Potenzialità di crescita

Sostenibilità come leva competitiva per sostenere la crescita e il valore



# ORIENTAMENTO STRATEGICO

La nostra **strategia di sostenibilità**, come rappresentata nella figura che segue, poggia sui seguenti quattro pilastri: l'adozione di pratiche di business responsabili, la responsabilizzazione dei nostri collaboratori e fornitori, la creazione di relazioni di valore con la collettività e con i molteplici soggetti del territorio, infine la protezione e la tutela dell'ambiente.

## 1 Adottare pratiche di business responsabili

Governance responsabile  
Integrità ed Etica del Business  
Efficienza operativa  
Crescita economica e solidità finanziaria  
Gestione dei rischi extra finanziari

## 2 Responsabilizzare le nostre persone e i fornitori

Valorizzazione e coinvolgimento dei collaboratori  
Salute e Sicurezza sul Lavoro  
Qualità ed eccellenza dei prodotti  
Approvvigionamento responsabile  
Relazioni proficue con i nostri partner

## 3 Intraprendere relazioni costruttive con la collettività e il territorio

Dialogo cultura-impresa  
Valorizzazione del 'Made in Italy'  
Novavision per il Sociale  
VisionS

## 4 Proteggere e tutelare l'ambiente

Ridurre gli impatti ambientali derivanti dalle attività aziendali  
Progetto GAIA  
Uso efficiente delle risorse energetiche  
Ridurre le emissioni di CO2



## 2.5 Mappa degli stakeholder e modalità di coinvolgimento

Le relazioni con le persone e le organizzazioni che sono coinvolte direttamente o indirettamente nelle nostre attività, rappresentano per noi un grande valore, in termini di fiducia e collaborazione che stimolano a migliorare continuamente e realizzare progetti di interesse comune.

Gli stakeholder o 'portatori di interesse' sono coloro che hanno legittime aspettative e interessi nei nostri confronti, o che possono influire sull'operatività delle società del gruppo.

Manteniamo regolari rapporti di dialogo e confronto con i nostri stakeholder. I contatti avvengono in vario modo e con frequenza diversa a seconda delle categorie interessate.

Le modalità di coinvolgimento degli stakeholder possono essere di due tipi:

- iniziative organizzate specificamente in vista della redazione del presente Bilancio di Sostenibilità;
- occasioni di incontro riconducibili alle prassi abituali di confronto e collaborazione, indipendentemente dalla presente attività di rendicontazione

Nella figura che segue è riportata la mappa dettagliata degli stakeholder con cui interagiamo.



## 2.6 Materialità e contributo agli SDGs

Come affermato in precedenza, le tematiche non finanziarie maggiormente rilevanti per noi sono state identificate tenendo conto della tipologia di mercato, ossia degli elementi di scenario che maggiormente influenzano gli ambiti di business nei quali operiamo, e degli interessi e delle aspettative degli stakeholder interni, intercettate attraverso le interviste ai manager e alle persone coinvolte nel progetto. Nel 2015, con l'approvazione dell'Agenda 2030 – programma di azione sottoscritto nel 2015 da 193 nazioni –, sono stati fissati dall'ONU i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (**Sustainable Development Goals - SDGs**), tradotti in 169 sotto-obiettivi, con lo scopo di porre fine alla povertà, lottare contro le inuguaglianze e promuovere lo sviluppo sociale ed economico. Si focalizzano, inoltre, sulla lotta al cambiamento climatico, stabilendo degli obiettivi da raggiungere entro il 2030. L'Agenda mira a coinvolgere e ottenere il sostegno di tutti: dai singoli individui ad interi Paesi, società private e del settore pubblico, perseguendo lo scopo comune del “non lasciare indietro nessuno”.

In figura sono riportate le tematiche materiali associate alle sezioni del presente Report e agli SDGs di riferimento, a dimostrazione del contributo che possiamo offrire per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

SEZIONE	TEMATICHE RILEVANTI	SDGs
<b>IDENTITÀ E GOVERNANCE</b>	Governance responsabile Integrità ed etica del business Innovazione e R&D	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 9 INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
<b>CAPITALE ECONOMICO E FINANZIARIO</b>	Crescita economica e solidità finanziaria	17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
<b>CAPITALE UMANO</b>	Tutela del capitale umano Welfare e benessere socio-organizzativo Salute e sicurezza	3 SALUTE E BENESSERE 4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ 5 UGUAGLIANZA DI GENERE 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
<b>CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE</b>	Qualità dei prodotti e affidabilità dei prodotti	3 SALUTE E BENESSERE 11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
<b>CAPITALE NATURALE</b>	Gestione dei rifiuti	12 CONSUMI RESPONSABILI 13 AZIONE PER IL CLIMA



## 2.7 Politica e obiettivi di sostenibilità

Abbiamo redatto una Dichiarazione di Politica e Obiettivi, che rappresenta l'espressione della volontà della Direzione Generale di Novavision Group S.p.A. di attuare il miglioramento continuo dei propri processi, affinché si possano garantire prodotti e servizi a elevato contenuto tecnologico e qualitativo, migliorare l'efficienza, sviluppare e attuare politiche a tutela della sicurezza/salute dei lavoratori, a garanzia di buone pratiche di fabbricazione dei prodotti cosmetici che vengono commercializzati, di efficienza degli aspetti ambientali, definire i valori etici ai quali deve uniformarsi il comportamento dei soggetti che all'interno della nostra Organizzazione operano e che con esso interagiscono.

### Ambiente

- Tutela dell'ambiente minimizzando l'impatto delle proprie attività tramite l'adozione delle migliori tecnologie disponibili;
- Consapevolezza del personale in materia ambientale, riduzione ed eliminazione, ove possibile, del rilascio di sostanze inquinanti nell'ambiente;
- Adozione dei più idonei sistemi di controllo e di sorveglianza ambientale.

### Azienda

- Correttezza e trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali;
- Cultura della riservatezza dei dati e più nello specifico dei dati personali e del rispetto della Privacy dei diversi soggetti che interagiscono con l'azienda;
- Cultura della Responsabilità Sociale;
- Monitoraggio continuo dei parametri del processo produttivo e gestionale;
- Costante e puntuale monitoraggio di tutte le prescrizioni normative;
- Estensione ai collaboratori, ai fornitori e ai Clienti che operano con Novavision Group S.p.A. e con le Società collegate dei medesimi standard di Qualità, Ambientali, di Sicurezza e di Responsabilità Sociale stabiliti dall'Organizzazione;
- Leadership della Direzione Generale per il conseguimento degli obiettivi della Qualità, analizzando i fattori di rischio legati agli stessi.

### Persone

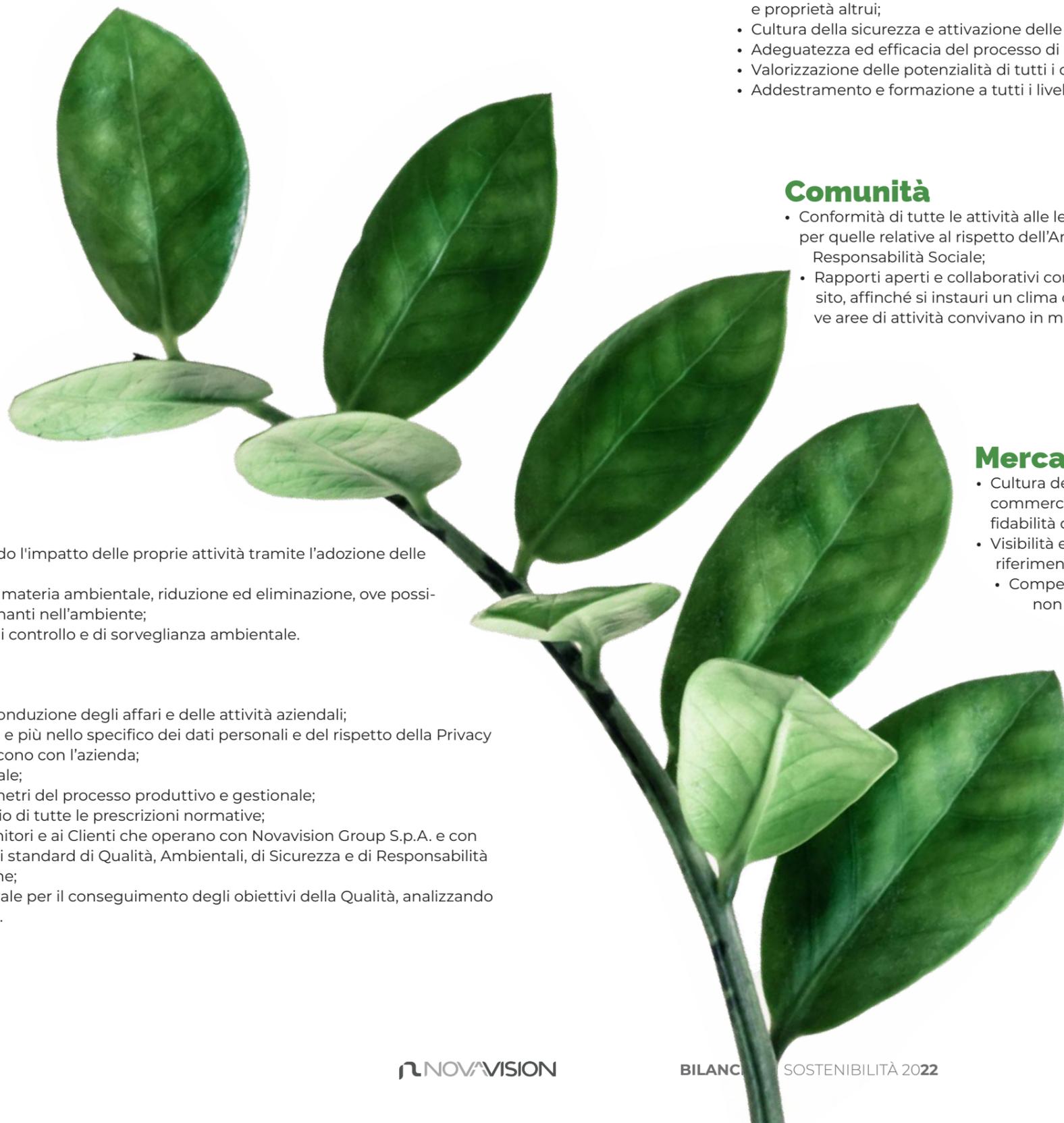
- Nessun sostegno all'utilizzo del lavoro infantile e del lavoro obbligato;
- Gestione dei dipendenti senza discriminazione alcuna;
- Ambiente di lavoro sicuro e salubre;
- Pratiche di lavoro, contratti e retribuzioni coerenti con gli accordi sindacali e gli standard di settore;
- Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva;
- Prevenzione degli incidenti rilevanti e riduzione delle eventuali conseguenze su persone, ambiente e proprietà altrui;
- Cultura della sicurezza e attivazione delle misure di protezione collettive e individuali adeguate;
- Adeguatezza ed efficacia del processo di comunicazione interna ed esterna;
- Valorizzazione delle potenzialità di tutti i collaboratori;
- Addestramento e formazione a tutti i livelli.

### Comunità

- Conformità di tutte le attività alle leggi dello Stato e alle Direttive Comunitarie, in particolare per quelle relative al rispetto dell'Ambiente, alla Sicurezza ed alla Salute dei lavoratori ed alla Responsabilità Sociale;
- Rapporti aperti e collaborativi con le autorità locali e con quanti vivono in prossimità del sito, affinché si instauri un clima di reciproca accettazione e fiducia ed affinché le rispettive aree di attività convivano in maniera compatibile e sinergica.

### Mercato

- Cultura della qualità e rafforzamento dell'immagine dei prodotti commercializzati, attraverso il miglioramento della qualità e dell'affidabilità degli stessi;
- Visibilità e reputazione di Novavision Group S.p.A. nel mercato di riferimento;
- Competitività attraverso la prevenzione e la riduzione di costi che non aggiungono valore ai prodotti;
- Miglioramento continuo del servizio offerto, in termini di soddisfazione del Cliente esterno ed interno;
- Piena e corretta percezione delle necessità del Cliente e delle parti interessate per soddisfare le loro aspettative;
- Revisione periodica del Sistema di Gestione Integrato, allo scopo di identificare ed attuare le eventuali opportunità di miglioramento;
- Coinvolgimento e integrazione di tutte le risorse aziendali nell'ottimizzazione dei processi nonché nel miglioramento dei prodotti e dei servizi in funzione delle aspettative del Cliente.



3

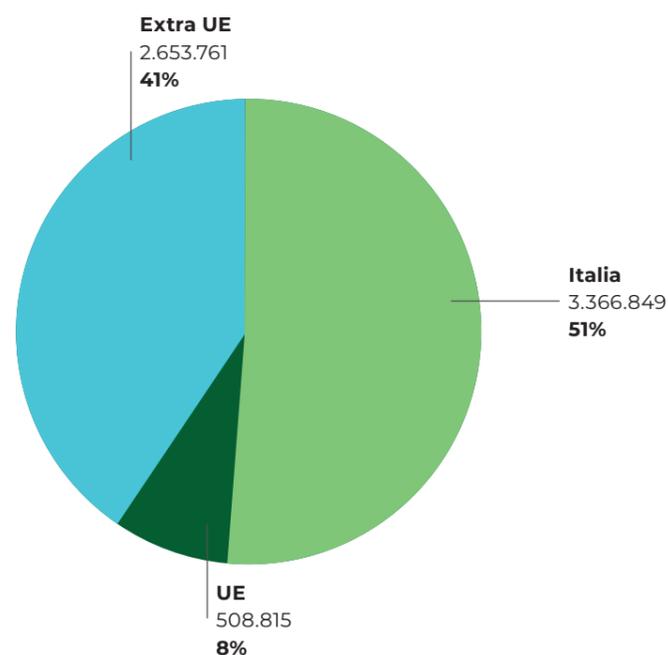
**Capitale economico**



## 3.1 Performance economica

Nel 2022 abbiamo registrato **ricavi** delle vendite e delle prestazioni pari a **6,5 mln di euro** (registrando una riduzione pari all'8% rispetto ai 7 mln di euro del 2021), dei quali **3.366.849 euro (51%) in Italia**, **2.653.761 euro in territorio extra UE (41%)**, e **508.815 euro in EU (8%)**. La riduzione riscontrata nel 2022 rispetto all'esercizio precedente, è attribuibile al mercato italiano non ancora in ripresa a seguito dell'emergenza Covid-19 mentre continua la crescita nei mercati esteri.

I ricavi per la **Divisione Medical Aesthetic** ammontano a **3.492.000 euro (53%)**, mentre quelli per la **Divisione Retail** sono pari a **3.037.000 euro (47%)**.



### Espansione del mercato

In linea con il 2021, quando abbiamo avviato nuove collaborazioni commerciali e partnership per entrare in nuovi mercati, principalmente Africa e India, il 2022 è stato un anno di grande espansione per la società, in particolare nel **Nord Africa** (Egitto). Nonostante gli sviluppi geopolitici che hanno caratterizzato il 2022, inoltre, abbiamo riscontrato un forte incremento delle richieste provenienti dalla **Russia**, dove, grazie alla collaborazione con i nostri distributori, ci siamo posizionati ad un livello medio alto del mercato e siamo ben conosciuti. Questi risultati sono sintomatici del nostro desiderio di raggiungere obiettivi di miglioramento del posizionamento competitivo nei mercati internazionali e di creazione di valore nel lungo termine attraverso la conduzione responsabile del business, il monitoraggio continuo e la gestione efficace dei rischi e delle opportunità.

### Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto Globale

Il Valore Aggiunto Globale è una grandezza con valenza informativa di carattere sociale che misura la ricchezza (economico-finanziaria) prodotta dalla Società con riferimento ai soggetti che partecipano alla sua distribuzione.

Il Valore Aggiunto Globale viene determinato sottraendo dal valore della produzione, comprensivo dei ricavi da vendite e degli altri ricavi addizionali, i costi per servizi e per consumi di materie, fondi di accantonamento e gli altri oneri di gestione. Al Valore Aggiunto caratteristico lordo così ottenuto vengono sottratte le componenti straordinarie e accessorie.

Nel 2022, il Valore aggiunto Globale è stato pari a 2.338.706 euro, in ripresa rispetto al valore riscontrato nel 2021 (2.290.266 euro).

DESCRIZIONE	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020
Ricavi netti di esercizio (Fatturato)	6.767.611	7.365.561	7.301.265
Variazione rimanenze di prodotti in lavorazione e finiti, semilavorati, lavori in corso su ordinazione	12.086	6.152	63.901
Incrementi di immobilizzazione per lavori interni	0	0	0
<b>VALORE EFFETTIVO DELLA PRODUZIONE</b>	<b>6.779.697</b>	<b>7.371.713</b>	<b>7.365.166</b>
Rimanenze iniziali	580.975	600.127	579.426
Acquisti	1.679.149	1.755.890	1.614.850
Rimanenze finali	619.181	596.913	597.907
Consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo	1.640.942	1.759.104	1.596.369
Costi commerciali	599.757	559.321	464.020
Costi amministrativi	85.226	141.881	133.235
Costi generali	1.958.215	2.547.244	2.610.828
Spese per servizi	2.643.199	3.248.446	3.208.083
<b>VALORE AGGIUNTO (DA GESTIONE CARATTERISTICA)</b>	<b>2.495.557</b>	<b>2.364.163</b>	<b>2.560.714</b>
Ricavi e proventi extra gestione caratteristica	41.715	165.962	53.325
Costi e oneri extra gestione caratteristica	40.003	53.097	54.367
<b>VALORE AGGIUNTO LORDO GLOBALE</b>	<b>2.497.269</b>	<b>2.477.028</b>	<b>2.559.672</b>
Ammortamento delle immobilizzazioni	158.563	186.762	193.197
<b>VALORE AGGIUNTO NETTO GLOBALE</b>	<b>2.338.706</b>	<b>2.290.266</b>	<b>2.366.475</b>

### Distribuzione del Valore Aggiunto Globale

Il valore aggiunto, espresso come l'incremento economico prodotto dalle attività di Novavision e distribuito alle principali categorie di stakeholder, consente di collegare il bilancio di sostenibilità al bilancio di esercizio.

STAKEHOLDER	TIPOLOGIA DI REMUNERAZIONE	31/12/2022	%	31/12/2021	%	31/12/2020	%
DIPENDENTI	Salari e stipendi, oneri sociali	2.025.326	86,6%	2.299.004	100,38%	2.150.044	90,9%
	Quota annua TFR-IFR	177.092	7,57%	150.579	6,57%	165.379	7,0%
STATO	Imposte	-56.456	-2,41%	-4.422	-0,19%	34.418	1,5%
TERZI FINANZIATORI	Oneri finanziari	12.601	0,53%	22.223	0,97%	6.578	0,3%
SOCI E AZIONISTI	Utili	180.143	7,7%	-177.118	-7,73%	10.056	0,4%
<b>VALORE AGGIUNTO DISTRIBUITO</b>		<b>2.338.706</b>	<b>100%</b>	<b>2.290.266</b>	<b>100%</b>	<b>3.207.334</b>	<b>100%</b>

## Investimenti

Nel corso del 2022 abbiamo effettuato investimenti in attività di Ricerca e Sviluppo, complessivi per 431.282 euro, pari al 7% del fatturato totale.

## Efficienza dei processi

Nel 2022 la produttività aziendale è sensibilmente migliorata rispetto al precedente esercizio, in linea con il trend positivo riscontrato già nel passaggio tra 2020 e 2021.

Produzione apparecchiature al 31/12	2022	2021	2020	Differenza
Numero di apparecchiature	275	223	205	+52

## 3.2 Profilo della filiera di fornitura

La sostenibilità di un prodotto non è data solo dall'impatto derivante dalla sua produzione e dal suo smaltimento, ma comincia da una scelta consapevole dei materiali e delle materie prime di cui è composto. Per questo motivo, il processo di approvvigionamento e l'utilizzo responsabile di risorse naturali, materiali e materie prime, rappresentano il primo pilastro della strategia di sostenibilità che abbiamo iniziato ad impostare nel secondo semestre del 2020.

Disponiamo di una rete di fornitori ristretta e di altissimo profilo: con loro, nel tempo, abbiamo costruito relazioni chiare, in grado di creare valore non solo nel breve periodo ma anche nel lungo termine. Tutti i nostri fornitori vengono definiti "Partner" in quanto per noi ciò che conta è il raggiungimento sia dei nostri obiettivi sia di quelli dei nostri fornitori, al fine di ottenere un vantaggio competitivo per ambedue le parti.

Operiamo con fornitori locali, che garantiscono l'applicazione dei più alti standard di qualità e affidabilità, e che mostrano una forte attenzione alle tematiche relative al rispetto dei diritti umani, salute e sicurezza, lotta alla corruzione e rispetto dell'ambiente. Rispetto alla nostra filiera di fornitura, ci piace definirla a 'chilometro zero', poiché i nostri fornitori principali sono per lo più situati a pochi chilometri dalla nostra sede. Tale scelta è dettata dalla intenzione di contraddistinguere

i nostri prodotti come 100% Made in Italy, oltre che dalla volontà di sostenere l'ecosistema economico locale del quale facciamo parte.

Anche per ciò che riguarda materiali e componenti che provengono da mercati extraeuropei, ove possibile preferiamo acquistarli da fornitori locali in grado di certificare il prodotto.

### Impegno a utilizzare materie prime e materiali sostenibili

#### Inclusione dei criteri di sostenibilità nella scelta dei fornitori

#### Riduzione dell'impatto ambientale del packaging



## 3.3 Selezione e qualificazione dei fornitori

Un prodotto di qualità è il frutto di standard condivisi, cooperazione, sforzi congiunti, relazioni stabili e basate sulla fiducia con tutti i partner della catena di fornitura. Crediamo nell'importanza dello sviluppo di sinergie e collaborazioni sempre più strette e proficue con coloro che, non solo garantiscono affidabilità nella performance produttiva ma che condividono i nostri valori e aspettative anche in termini di standard etici, ambientali e sociali.

Tutti i fornitori sono sottoposti ad un rapido processo di qualifica: al momento della candidatura, si impegnano al rispetto di principi e dei valori per noi irrinunciabili, oltre ad assicurare la qualità e rispettare gli accordi su modalità e tempi di consegna. Questo sistema è fondamentale per tutelarci dai rischi relativi alla salute e la sicurezza dei lavoratori, e dai rischi sociali, ambientali e reputazionali legati a una gestione non responsabile della catena di fornitura.

I processi di acquisto seguono una prassi operativa consolidata, costituita dai seguenti passi:

- **scouting** (ciò include anche visite on-site per verificare gli aspetti connessi alla qualità delle materie prime e dei servizi in rapporti di fornitura consolidati nel tempo),
- **qualificazione interna** (verifica di determinati prerequisiti ritenuti critici per Novavision Group, inclusi quelli legati alla sostenibilità),
- **emissione dell'ordine di acquisto** (tale fase prevede eventualmente la sigla di contratti e clausole).

In particolare, l'attività di scouting viene condotta anche per identificare nuovi possibili fornitori, onde assicurarsi forniture alternative in caso di rischi di approvvigionamento.

I fornitori coinvolti nella produzione dei nostri prodotti e servizi nel corso del 2022 sono 360. Il valore complessivo delle forniture risulta pari a € 3.576.000 di cui il 73% è il valore delle forniture da fornitori strategici (31)<sup>3</sup>, di cui il 65% è situato in Lombardia.

I fornitori strategici sono quelli verso i quali ci approvvigioniamo di beni e servizi che poi Novavision incorpora nei propri prodotti e servizi, essenziali per garantire l'attività dell'impresa. Identifichiamo fornitori strategici coloro che dispongono di un contratto stipulato con l'azienda stessa.

Fornitori	2022	2021	2020
Fornitori (n.ro)	360	380	404
Valore complessivo delle forniture sottoposte a qualifica (milioni di euro)	3,6	4,6	4,8
Fornitori Strategici (n.ro)	31	13	13
% del Valore totale delle forniture da Fornitori Strategici (%)	73%	24%	25%

Nella tabella che segue è riportata la suddivisione del budget speso in fornitori per tipologia di acquisto.

Budget speso in fornitori per tipologia (€)	2022
Materiali, materie prime e semilavorati	1.780.000
Servizi <sup>(1)</sup>	450.000
Logistica e Install <sup>(2)</sup>	795.000
General Supplier <sup>(3)</sup>	540.000
Altro	11.000
<b>Totale</b>	<b>3.576.000</b>

(1) Include la consulenza, i servizi di supporto alla progettazione dei device, e utilities.  
 (2) Include i servizi di logistica e le attività di installazione sul territorio (Divisione Retail).  
 (3) Include forniture di servizi vari per l'azienda.

3. I fornitori con fatturato maggiore di 25k/anno sono considerati strategici per il Business di Novavision.

I fornitori di materiali, materie prime e semilavorati forniscono prodotti da catalogo o su misura, necessari alla realizzazione sia di apparecchiature elettroniche che prodotti dermocosmetici, sia di aree espositive presenti su alcuni dei più rinomati punti vendita in tutta Italia.

Essi sono prevalentemente localizzati nel nostro territorio, ove è possibile reperire un altissimo expertise tecnico e un'adeguata capacità produttiva.

I fornitori di servizi sono quei fornitori ad alto know-how tecnico ai quali affidiamo prestazioni strategiche che incorporiamo successivamente nelle nostre offerte. Per questo, consideriamo loro nostri "Partner", in quanto ci assistono nei progetti e apportano un notevole contributo al miglioramento della qualità dei nostri prodotti.

I fornitori di logistica e installazione forniscono servizi di trasporto e logistica, nonché attività di installazione sul territorio italiano presso tutte le sedi richieste dai nostri clienti.

Novavision adotta procedure interne per qualificare i propri fornitori, strategici e non, affinché venga sempre garantita un'elevata qualità delle prestazioni offerte. Ai fornitori strategici viene richiesta la sottoscrizione di un contratto che ne regola il rapporto di collaborazione. Tra i criteri scelti per la qualifica dei fornitori ci sono la tempestività nell'erogazione delle prestazioni, il minor numero di non conformità attribuite nell'anno corrente e la convalida, da parte di enti certificatori esterni, del rispetto di procedure a norma ISO.

A partire dal 2020, i criteri di qualificazione interna dei fornitori seguono la strategia green che l'azienda vuole adottare: ai fornitori viene infatti richiesta di presentare, attraverso la compilazione di un apposito questionario, le iniziative sostenibili che realizzano internamente nelle proprie sedi. I fornitori che dispongono di una certificazione ambientale, a pari condizioni, vengono preferiti nell'assegnazione di nuovi progetti.

**La maggior parte dei fornitori è concentrata in Italia (88%), in particolare in Lombardia (59%).**

Fornitori per area geografica (n.ro)	2022	2021	2020
Italia	318	332	362
di cui Lombardia	212	295	267
Europa (escl. Italia)	21	19	17
USA	2	5	6
Resto del mondo	19	24	19
<b>Totale</b>	<b>360</b>	<b>380</b>	<b>404</b>

Vengono, inoltre, adottati **criteri ambientali e sociali per la valutazione dei fornitori**. Dal punto di vista ambientale verifichiamo che i sistemi ambientali adottati siano adeguati rispetto ai processi svolti dal fornitore stesso nel proprio business (adeguatezza del sistema di gestione, accorgimenti posti in essere). Dal punto di vista sociale, invece, vengono effettuate verifiche rispetto al trattamento dei collaboratori lungo la catena del valore, con particolare attenzione al rispetto delle norme sulla sicurezza sul lavoro.

Fornitori valutati secondo criteri ambientali/sociali (n.ro)	2022
Totale Fornitori	360
di cui Totale di nuovi fornitori	33
Fornitori valutati secondo criteri ambientali/sociali	110
di cui nuovi fornitori valutati secondo criteri ambientali/sociali	21
<b>% di fornitori valutati secondo criteri ambientali/sociali</b>	<b>31%</b>
<b>% di nuovi fornitori valutati secondo criteri ambientali/sociali</b>	<b>64%</b>

Pur essendo il numero di fornitori valutati secondo criteri ambientali o sociali basso rispetto al totale sopra riportato, tra i nuovi fornitori individuati nel 2022, tutti i fornitori strategici<sup>4</sup> vengono valutati al 100%. Si tratta di fornitori che coprono una quota consistente del fatturato speso in acquisto e che abbracciano a 360° il sistema valoriale di Novavision e la nostra visione della sostenibilità come leva strategica per il futuro.

## 3.4 Approvvigionamento responsabile

Parlare di qualità vuol dire parlare anche di salute e sicurezza, del rispetto dei diritti umani, tutela dell'ambiente e in generale di etica nella condotta del business lungo tutta la catena del valore.

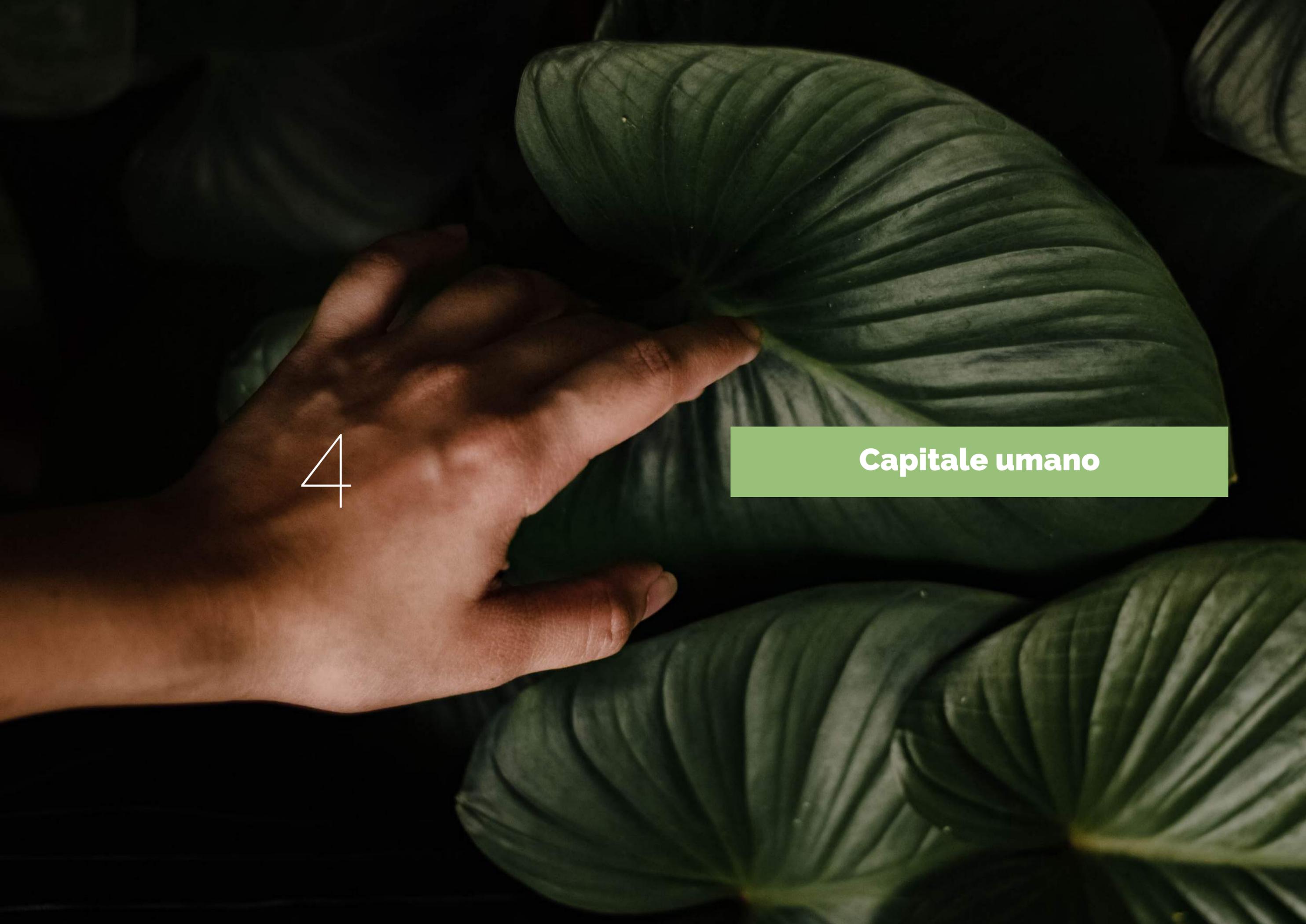
Essere un'impresa socialmente responsabile implica, infatti, l'assunzione di un impegno che si estende ben oltre i propri confini, abbracciando l'intera catena di fornitura.

La maggior parte dei fornitori sono partner strategici ed è per questo che il rapporto che instauriamo con loro va oltre la sfera economico-commerciale. Per noi, infatti, eccellenza significa qualità, stile ed innovazione, ma anche impegno a promuovere una catena di fornitura attenta e rispettosa dei diritti dei lavoratori e dell'ambiente.

Ai fornitori, in sede contrattuale, è richiesto di sottoscrivere il Codice Etico di Novavision Group S.p.A. in cui sono delineati i principi e le linee guida che ispirano le nostre attività e orientano il comportamento e le azioni di tutti coloro con i quali ci relazioniamo. Con la sottoscrizione del Codice, i fornitori si impegnano a rispettare tali principi e a farli rispettare ai propri terzi. La violazione dei principi in esso stabiliti costituisce un inadempimento contrattuale, con facoltà, da parte di Novavision Group S.p.A. seconda della gravità, di risoluzione immediata del contratto in essere.

<sup>4</sup> Con budget di acquisto maggiore a 5.000 €



A close-up photograph of a person's hand with a light skin tone touching a large, vibrant green leaf. The leaf has prominent, parallel veins radiating from the base. The background is dark, making the green of the leaf and the skin of the hand stand out. A white number '4' is overlaid on the left side of the hand.

4

**Capitale umano**

## 4.1 Capitale umano

Il nostro approccio non riguarda soltanto il processo produttivo, ma anche il modo in cui lavoriamo e ci relazioniamo gli uni con gli altri all'interno dell'azienda. Il benessere aziendale è nel nostro DNA, e attribuiamo grande importanza all'attività professionale dei nostri dipendenti ed alla loro abilità di contribuire ai risultati dell'azienda. Diamo attenzione all'ambiente di lavoro, rinnovandolo costantemente, affinché sia sempre adatto a soddisfare le esigenze dei nostri dipendenti.

Relativamente alla gestione e valorizzazione dei nostri collaboratori, abbiamo identificato alcuni aspetti materiali per sostenere lo sviluppo e la competitività aziendale:

- senso di appartenenza e motivazione;
- crescita e valorizzazione dei talenti;
- innovazione tecnologica.

Le politiche di gestione del personale sono volte a supportare la crescita in termini di competenze, motivazione e senso di appartenenza.

Per presidiare al meglio gli aspetti più rilevanti nella gestione del capitale umano, proseguono alcune iniziative di sviluppo organizzativo volto ad accompagnare l'evoluzione dell'organizzazione e delle persone.

Tali iniziative si sono tradotte in specifiche azioni condivise all'interno del Comitato di Direzione, e realizzate attraverso azioni dirette dei Manager e della funzione Risorse Umane, col supporto della consulenza esterna.

In particolare, l'attenzione si è concentrata su:

- percorsi di crescita delle risorse chiave, per le quali viene seguito un percorso di formazione tecnica e manageriale;
- azioni di ascolto e comunicazione;
- progetti di riqualificazione dei processi e riorganizzazioni aziendali, anche supportati da innovazioni tecnologiche.

Come espresso anche all'interno del Codice Etico, riconosciamo che le risorse umane costituiscono un fattore di fondamentale importanza per il nostro sviluppo, per cui garantiamo un ambiente di lavoro ispirato al rispetto, alla correttezza e alla collaborazione, permettendo il coinvolgimento e la responsabilizzazione delle persone.

La politica di gestione delle risorse umane promuove il rispetto della personalità e professionalità di ciascuna persona, garantendo comunicazione aperta, pari opportunità ed imparzialità.

Il nostro approccio alla gestione delle risorse umane si focalizza sull'attenzione ai nostri dipendenti e sulla loro integrazione nella cultura organizzativa aziendale, elementi essenziali per l'apporto di caratteristiche, quali innovazione e flessibilità, sempre più determinanti per la competitività aziendale in un mercato in continua evoluzione.

Particolare attenzione viene dedicata al processo di inserimento di nuove risorse, che non si esaurisce con la selezione del candidato, ma prosegue con la definizione di un programma di inserimento che prevede formazione teorica on the job e continuo affiancamento affinché la nuova risorsa raggiunga il grado di autonomia desiderato.

Lo sviluppo di competenze è per noi un fattore strategico, pertanto annualmente organizziamo attività di formazione con l'obiettivo di accrescere le competenze sia tecniche che trasversali. La formazione costantemente impartita, oltre che sulla salute, sicurezza e privacy, si focalizza su tematiche di largo interesse sia tecnico-specialistiche che manageriali.

## Indagine di clima

Nel corso del 2022 abbiamo riproposto l'indagine di clima avviata nel 2021, con l'obiettivo di:

- valutare il livello di **soddisfazione dei dipendenti** rispetto alle tre seguenti tematiche: condizioni di lavoro, qualità delle relazioni, benessere organizzativo;
- **raccogliere idee e suggerimenti** per migliorare il clima aziendale e la soddisfazione delle persone.

L'indagine è stata condotta attraverso un questionario costituito da 36 domande, di cui 8 sulle condizioni di lavoro, 10 sulla qualità delle relazioni e 18 sul benessere organizzativo.

Alla survey hanno partecipato circa l'82% delle nostre persone (31 questionari restituiti su 38 questionari consegnati).

Rispetto alla sezione '**Condizioni di lavoro**', il 40,3% dei feedback sono stati positivi (in aumento rispetto al 2021, dove tale rapporto è risultato pari a 35,1%). In linea con lo scorso anno, hanno riscontrato una prevalenza di valutazioni positive gli aspetti di allineamento tra le competenze professionali e il lavoro svolto e l'appropriatezza dell'orario di lavoro rispetto al raggiungimento degli obiettivi. Nel 2022, in aggiunta, i nostri dipendenti hanno dimostrato di apprezzare il proprio lavoro per il senso di realizzazione personale e per la possibilità di far emergere le proprie qualità personali e professionali. Dalla survey è nuovamente emerso come una quota pari al 21% dei rispondenti ha espresso un discreto apprezzamento riguardo alla disponibilità di mezzi e risorse per svolgere al meglio il proprio lavoro. Una rimanente quota pari al 38,7% ha espresso considerazioni di miglioramento soprattutto in merito alla creazione di occasioni di aggiornamento e formazione, sulla disponibilità di informazioni utili per il proprio lavoro e sulla chiarezza degli obiettivi aziendali.

Per quel che riguarda la sezione '**Qualità delle relazioni**', nuovamente in aumento rispetto al 2021, il 49% dei feedback sono stati positivi e riguardano, come nell'edizione precedente, l'esistenza di un clima di cordialità nei rapporti interpersonali in azienda, la trasparenza e l'integrità dei responsabili gerarchicamente superiori, la correttezza dei responsabili circa l'assegnazione dei task e le capacità gestionali e professionali dei responsabili stessi. A differenza dello scorso anno, i dipendenti hanno valutato in modo molto positivo anche la collaborazione tra uffici e tra colleghi, la capacità dei propri superiori di individuare soluzioni adeguate ai problemi lavorativi e la possibilità di contribuire al miglioramento dei processi organizzativi esprimendo la propria opinione/proposta.

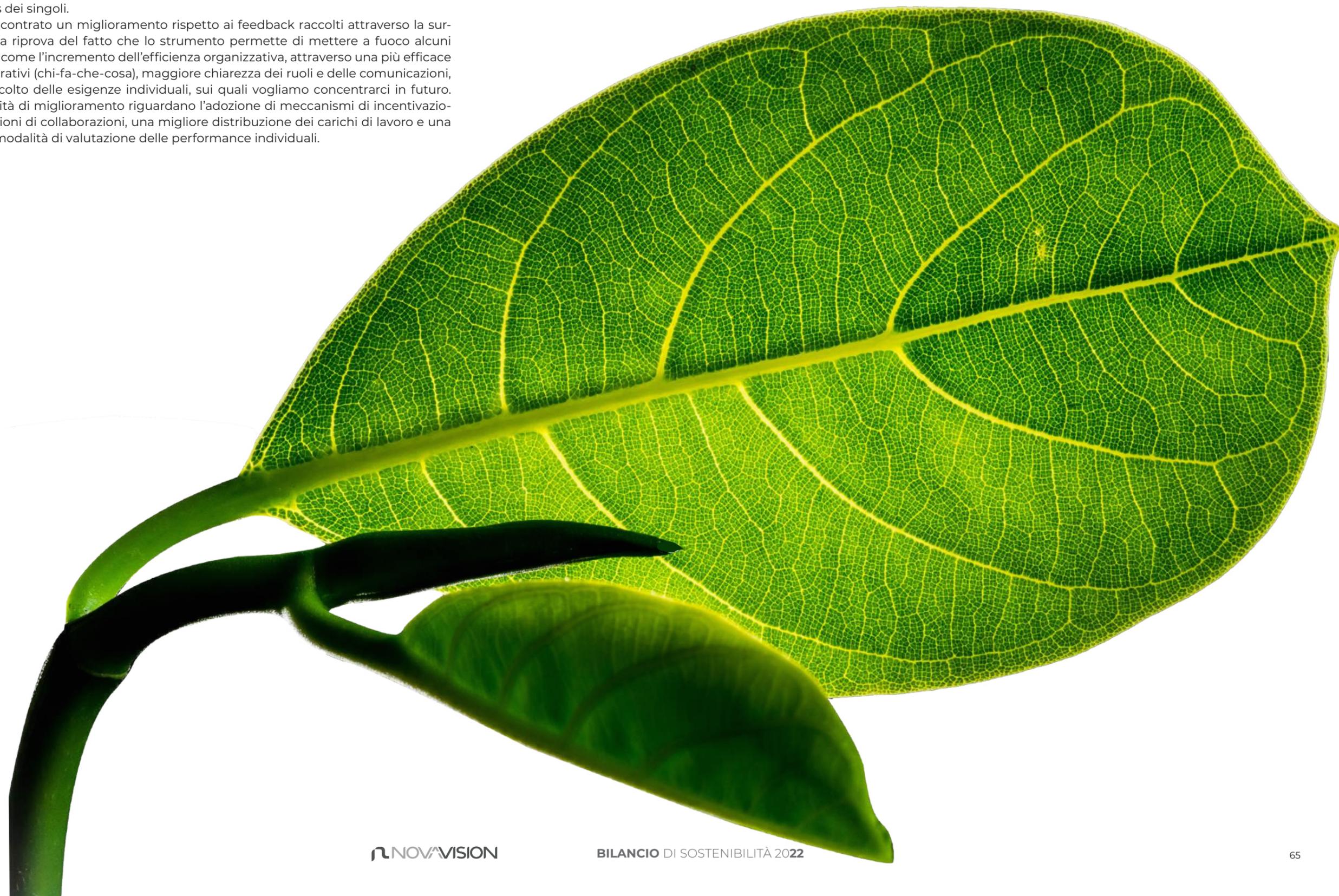
Una quota pari al 25,2% ha espresso apprezzamento sul fatto che l'azienda si faccia garante delle pari opportunità e che spinga i suoi dipendenti a lavorare in gruppo e a collaborare, a differenza dello scorso anno dove quest'ultimo era stato riscontrato come un punto di miglioramento. L'ambito di miglioramento, espresso dal 25,8% dei feedback, riguarda invece, in linea con il 2021, le modalità adottate per valutare le performance individuali.

Infine, per quel che riguarda la sezione del questionario dedicata al tema del '**Benessere organizzativo**', il 40,3% dei feedback sono risultati positivi (in aumento del 7% rispetto al 2021) e riguardano gli aspetti legati all'attenzione dell'azienda all'innovazione tecnologica e culturale, all'equilibrio tra il lavoro e le esigenze personali e familiari, al rispetto dei principi in materia di pari opportunità e benessere organizzativo, alla gradevolezza e l'igiene dell'ambiente di lavoro e l'adeguatezza delle misure di sicurezza sul lavoro. Hanno ottenuto una valutazione migliore rispetto allo scorso anno anche il fatto che il basso livello di insofferenza per il lavoro (aspetto emerso nel 2021 come punto di miglioramento), il riconoscimento esterno della professionalità condivisa in azienda e l'efficienza dei processi organizzativi. Discreti apprezzamenti sono stati espressi dal



26,3% dei partecipanti e riguardano la definizione degli obiettivi rispetto alla pianificazione strategica e l'apprezzamento delle professionalità individuali. La rimanente quota pari al 33,3% (in calo rispetto al 40,1% del 2021) ha espresso considerazioni di miglioramento riguardo la mancanza di risorse e mezzi resi disponibili dall'azienda per svolgere il proprio lavoro, il livello di diffusione della cultura del lavoro di squadra, il riconoscimento e la valorizzazione delle competenze personali. Inoltre, risultano come ambiti da migliorare la circolazione delle informazioni, la distribuzione dei carichi di lavoro, la diffusione di una cultura orientata al problem solving e le modalità di comunicazione per garantire, misurare e valutare le performances dei singoli.

In generale, quindi, si è riscontrato un miglioramento rispetto ai feedback raccolti attraverso la survey del 2021. Questo è una riprova del fatto che lo strumento permette di mettere a fuoco alcuni **aspetti di miglioramento** come l'incremento dell'efficienza organizzativa, attraverso una più efficace assegnazione dei task lavorativi (chi-fa-che-cosa), maggiore chiarezza dei ruoli e delle comunicazioni, maggiore attenzione e ascolto delle esigenze individuali, sui quali vogliamo concentrarci in futuro. Altre importanti opportunità di miglioramento riguardano l'adozione di meccanismi di incentivazione e motivazione, le occasioni di collaborazioni, una migliore distribuzione dei carichi di lavoro e una maggiore attenzione alle modalità di valutazione delle performance individuali.



## 4.2 Organico

Ai nostri risultati del 2022 hanno contribuito **38 persone**, di cui l'8% di dirigenti, l'8% di quadri, il 63,2% di impiegati e il 21,1% di operai. Rispetto al dato di fine 2021, il numero totale dei dipendenti è diminuito di 4 persone.

Ripartizione del personale per figura professionale e per genere al 31/12/2022	Donna	Uomo	Totale
Dirigenti	1	2	3
Quadri	1	2	3
Impiegati	14	10	24
Operai	5	3	8
<b>Totale</b>	<b>21</b>	<b>17</b>	<b>38</b>

Ripartizione del personale per figura professionale e per genere al 31/12/2021	Donna	Uomo	Totale
Dirigenti	1	2	3
Quadri	2	1	3
Impiegati	13	14	27
Operai	5	4	9
<b>Totale</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>42</b>

Ripartizione del personale per figura professionale e per genere al 31/12/2020	Donna	Uomo	Totale
Dirigenti	1	2	3
Quadri	2	2	4
Impiegati	14	19	33
Operai	5	4	9
<b>Totale</b>	<b>22</b>	<b>27</b>	<b>49</b>

Tutte le nostre 38 persone operano in Italia nell'unica sede di Misinto.

La totalità dei contratti è a tempo indeterminato, mentre la quasi totalità (92%) lavora con contratto di tipo full time. Dall'incidenza dei contratti a tempo indeterminato si evince la nostra propensione ad effettuare inserimenti stabili e duraturi.

Consistenza per tipologia contratto al 31/12	2022			2021			2020		
	Full Time	Part Time	Totale	Full Time	Part Time	Totale	Full Time	Part Time	Totale
Dirigenti	3	0	3	3	0	3	3	0	3
Quadri	3	0	3	3	0	3	4	0	4
Impiegati	21	3	24	22	5	27	27	6	33
Operai	8	0	8	9	0	9	9	0	9
	<b>35</b>	<b>3</b>	<b>38</b>	<b>37</b>	<b>5</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>6</b>	<b>49</b>

Consistenza per tipologia di contratto al 31/12	2022			2021			2020		
	Tempo Indeterm.	Tempo Determin.	Totale	Tempo Indeterm.	Tempo Determin.	Totale	Tempo Indeterm.	Tempo Determin.	Totale
Dirigenti	3	0	3	3	0	3	3	0	3
Quadri	3	0	3	3	0	3	4	0	4
Impiegati	24	0	24	26	1	27	32	1	33
Operai	8	0	8	9	0	9	9	0	9
	<b>38</b>	<b>0</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>42</b>	<b>48</b>	<b>1</b>	<b>49</b>

La connotazione delle nostre persone continua ad essere quella di una popolazione giovane, l'età media infatti è di circa 40 anni.

Ripartizione del personale per fasce di età al 31/12/2022	2022					
	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai	Totale	%
Età < 30 anni	0	0	2	0	2	5,3%
Età 30-50 anni	2	1	19	3	25	65,8%
Età > 50 anni	1	2	3	5	11	28,9%
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	<b>11</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Ripartizione del personale per fasce di età al 31/12/2021	2021					
	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai	Totale	%
Età < 30 anni	0	0	3	0	3	7,14%
Età 30-50 anni	2	3	23	5	33	78,57%
Età > 50 anni	1	0	1	4	6	14,29%
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>27</b>	<b>9</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Ripartizione del personale per fasce di età al 31/12/2020	2020					
	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai	Totale	%
Età < 30 anni	0	0	4	0	4	8,2%
Età 30-50 anni	2	4	28	6	40	81,6%
Età > 50 anni	1	0	1	3	5	10,2%
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>33</b>	<b>9</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>

La maggioranza (circa il 66%) della nostra popolazione è situata nella fascia di età media 30-50 anni.

## 4.3 Turnover

Nel 2022, il tasso di turnover<sup>5</sup> presenta un valore pari a 36,8.

Nella tabella sotto riportata, i dati sono stati conteggiati considerando il numero di dipendenti assunti nel corso del 2022 e il numero di dipendenti che hanno lasciato l'organizzazione volontariamente, per pensionamento o per cessazione del rapporto di lavoro.

Nuovi assunti e turnover	2022				
	N. dipendenti	N. nuovi assunti	N. cessati	Tasso di turnover positivo	Tasso di turnover negativo
<b>Donne</b>	<b>21</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>33,3%</b>	<b>33,3%</b>
< 30 anni	1	3	5	300,0%	500,0%
30-50 anni	14	3	3	21,4%	21,4%
> 50 anni	6	1	0	16,7%	0,0%
<b>Uomini</b>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>11,8%</b>	<b>41,2%</b>
< 30 anni	1	0	0	0,0%	0,0%
30-50 anni	11	0	6	0,0%	54,5%
> 50 anni	5	2	1	40,0%	20,0%
<b>TOTALE</b>	<b>38</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>23,7%</b>	<b>36,8%</b>
<b>Totale &lt; 30 anni</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>150%</b>	<b>250,0%</b>
<b>Totale 30-50 anni</b>	<b>25</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>12,0%</b>	<b>36,0%</b>
<b>Totale &gt; 50 anni</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>27,3%</b>	<b>9,1%</b>

I dati relativi al 2021 e 2020 non sono stati riportati in quanto si è scelto, per il 2022, di adottare la modalità di calcolo prevista dal GRI 2021 401-1.

## 4.4 Diversità e pari opportunità

Promuoviamo il rispetto delle pari opportunità e della diversità come elementi di valore da coltivare in coerenza con i principi e i valori espressi nel Codice Etico e i regolamenti disciplinanti la tematica dei diritti umani.

Nel corso del 2022, in linea con l'anno precedente, non sono pervenute segnalazioni di eventuali discriminazioni. Ad oggi non abbiamo ritenuto necessario svolgere specifici assessment in materia di diritti umani in considerazione del fatto che le attività aziendali non vengono svolte in aree definite a rischio.

Per quanto riguarda le categorie protette, ci impegniamo ad assolvere gli obblighi previsti dalle normative vigenti in materia. All'interno della nostra azienda la **presenza femminile è pari al 55%**, in aumento di 5 punti percentuali rispetto al periodo precedente, con percentuali relative del 33,3% fra i dirigenti, del 33,3% fra i quadri, del 58,3% fra gli impiegati e del 62,5% fra gli operai.

<sup>5</sup> Il tasso di Turnover è calcolato come rapporto tra il numero di dipendenti che ha lasciato la società e il numero totale di dipendenti.

Personale femminile per qualifica, al 31/12	2022		2021		2020	
	numero	%	numero	%	numero	%
Dirigenti	1	4,76%	1	4,76%	1	4,6%
Quadri	1	4,76%	2	9,52%	2	9,1%
Impiegati	14	66,7%	13	61,90%	14	63,6%
Operai	5	23,8%	5	23,82%	5	22,7%
	<b>21</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

Incidenza donne (%), al 31/12	2022	2021	2020
Donne Dirigenti su totale Dirigenti (%)	<b>33,3%</b>	33,3%	33,3%
Donne Quadri su totale Quadri (%)	<b>33,3%</b>	66,6%	50,0%
Donne Impiegate su totale Impiegati (%)	<b>58,3%</b>	48,1%	42,4%
Donne Operaie su totale Operai (%)	<b>62,5%</b>	55,6%	55,6%

Personale femminile per qualifica e per tipologia contrattuale, al 31/12	2022			2021			2020		
	Full Time	Part Time	Totale	Full Time	Part Time	Totale	Full Time	Part Time	Totale
Dirigenti	1	0	<b>1</b>	1	0	<b>1</b>	1	0	<b>1</b>
Quadri	1	0	<b>1</b>	2	0	<b>2</b>	2	0	<b>2</b>
Impiegati	11	3	<b>14</b>	8	5	<b>13</b>	8	6	<b>14</b>
Operai	5	0	<b>5</b>	5	0	<b>5</b>	5	0	<b>5</b>
	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>22</b>

Personale femminile per qualifica e fasce d'età, al 31/12	2022			2021			2020		
	Età < 30 anni	Età 30-50 anni	Età >50 anni	Età < 30 anni	Età 30-50 anni	Età >50 anni	Età < 30 anni	Età 30-50 anni	Età >50 anni
Dirigenti	1	0	0	0	1	0	0	1	0
Quadri	0	0	1	0	2	0	0	2	0
Impiegati	0	14	0	2	11	0	1	13	0
Operai	0	0	5	0	2	3	0	3	2
	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>19</b>	<b>2</b>

## 4.5 Formazione e sviluppo Novavision academy

Rivolgiamo costantemente il nostro sforzo allo sviluppo delle competenze attraverso processi di formazione continua di tipo tecnico-professionale, manageriale e/o trasversale con il fine di mantenere competitive le competenze delle nostre risorse e attivarne nuove.

Considerato che negli anni scorsi l'azienda è stata protagonista di un **passaggio generazionale relativo alle figure chiave nella gestione dello stabilimento**, nel corso degli ultimi due anni sono stati implementati i programmi di sviluppo per la seconda linea attraverso percorsi di affiancamento già messi in atto negli anni precedenti ma incrementati.

L'inserimento di figure consulenziali ha permesso alla nuova generazione il consolidamento di competenze lavorando sull'autoconsapevolezza del proprio ruolo e sperimentando modalità di gestione dei propri collaboratori attraverso le leve della motivazione e del feedback.

Le attività formative hanno ripreso a pieno regime a seguito del biennio 2020-2021, quando l'emergenza sanitaria ha invece rallentato, anche se solo in parte, il processo. Questo grazie all'adozione di strumenti tecnologici che hanno consentito lo svolgimento di diverse sessioni di formazione tramite web.

Grazie ad un corposo corso sull'innovazione svoltosi nel 2019, che ha coinvolto ben 26 risorse, le competenze acquisite sulla generazione continua del processo creativo ha permesso, durante il periodo di lockdown, al fine di mantenere vivo il rapporto con i collaboratori, di organizzare call settimanali focalizzate su questo tema.

Nel 2022 sono state erogate complessivamente 365 ore di formazione.

Ore di Formazione al 31/12	2022	2021	2020
Totale ore di formazione	365	362	348

Nello stesso periodo, il tasso medio di formazione (ore medie di formazione per dipendente) è pari a 9,61 (in aumento del 25% rispetto al 2021).

Ore medie di formazione per dipendente al 31/12	2022	2021	2020
Ore medie di formazione per dipendente	9,61	7,69	6,96

La tabella di seguito riporta il valore medio di ore di formazione suddivise per genere e categoria.

Ore medie di formazione al 31/12	2022
Media ore di formazione per dipendente	9,61
Media ore di formazione per dipendente donna	6,90
Media ore di formazione per dipendente uomo	12,94
Media ore di formazione per Dirigente	16,00
Media ore di formazione per Quadro	29,33
Media ore di formazione per Impiegato	7,46
Media ore di formazione per Operai	6,25

**Novavision Academy nasce con l'obiettivo di formare e aggiornare costantemente attraverso dei corsi, rivolti ad esperti e operatori del settore**, che mirano a trasferire le basi della biologia e dell'anatomia grazie a competenze maturate da anni di collaborazione con professionisti in campo medico.

Novavision Academy vanta una formazione trasversale e non unicamente legata alle tecnologie sviluppate dall'azienda: l'Academy supporta anche tutti gli stakeholder della divisione Novaretail per istruirli e trasferire le competenze per un corretto e qualitativo svolgimento delle operazioni effettuate presso i punti vendita per conto dei nostri clienti.

## 4.6 Smart working

Anche nel 2022, facendo seguito al progetto avviato nel 2021 dove, però, lo Smart Working veniva utilizzato principalmente nei casi di necessità, sono state definite contrattualmente alcune giornate di Smart Working trasversale in tutta l'azienda.

Nonostante ciò, normalmente, i dipendenti preferiscono lavorare in sede dove lo scambio di informazioni risulta molto più vivace e proficuo rispetto alla condizione del lavoro a distanza.

Questa decisione è stata, però, presa per facilitare una giusta ed equilibrata conciliazione vita-lavoro e accrescere la motivazione e il coinvolgimento dei dipendenti.



## 4.7 Salute e sicurezza

Consideriamo la salute e sicurezza nei luoghi di lavoro un dovere fondamentale, una parte integrante della propria attività e un impegno strategico rispetto alle finalità più generali dell'azienda.

A tale proposito abbiamo redatto una specifica politica per la sicurezza e la salute sul lavoro nella quale ci impegniamo a mettere a disposizione risorse umane, strumentali ed economiche al fine di garantire il rispetto della legislazione vigente, prevenire eventuali situazioni di non conformità e sensibilizzare il proprio personale in una logica di cooperazione. La tutela dei lavoratori, degli appaltatori e dei visitatori è assicurata mediante il monitoraggio costante degli ambienti di lavoro, con l'implementazione dei migliori standard di sicurezza sulle macchine e sugli impianti e con l'attuazione di programmi formativi e di attività di informazione.

A tal fine è dedicata particolare attenzione alla scelta dei Dispositivi di Protezione Individuale (DPI) per verificarne costantemente l'efficienza e migliorar-

ne continuamente l'efficacia in modo da garantire sempre maggiori livelli di protezione e di comfort.

Al fine di ottemperare a tutti gli obblighi e dare maggior respiro alle attività inerenti alla sicurezza in azienda è stato nominato un RLS e un RSPP. Ci siamo dotati di un SGSL ed applichiamo le procedure di gestione sulla sicurezza in ottica di futura certificazione. Proponiamo ogni anno piani formativi in tutta l'azienda: nel 2022 sono state erogate **37 ore** di formazione sul tema della salute e sicurezza, coinvolgendo **10** dipendenti.

Le sessioni formative hanno trattato principalmente, sia per i nuovi assunti sia per i dipendenti, aspetti cogenti richiesti dalla normativa nazionale, quali i rischi riferiti alle mansioni e le conseguenti misure e procedure di prevenzione e protezione specifiche del settore, l'utilizzo delle attrezzature di lavoro, la gestione delle emergenze e degli incendi, il primo soccorso, l'organizzazione della prevenzione aziendale e i diritti e doveri dei vari soggetti aziendali.

### Indici di misura dell'andamento infortunistico

Effettuiamo il monitoraggio dell'andamento infortunistico, con particolare riferimento allo stabilimento produttivo, attraverso una serie di indici, tra cui i più significativi sono l'Indice di Frequenza (IF)<sup>6</sup> e l'Indice di Gravità (IG)<sup>7</sup>. Il rilevamento di tali dati non è suddiviso per genere uomo-donna in quanto il personale femminile è in gran parte occupato in attività d'ufficio e quindi scarsamente significativo ai fini statistici. Nel corso del 2022, in linea con il precedente anno di rendicontazione, il **numero di infortuni** è stato pari a zero così come il numero di casi di **malattie professionali**.

<sup>6</sup> Indice di Frequenza Infortuni (IF): numero di infortuni/ore lavorate x 1.000.000 ore lavorate  
<sup>7</sup> Indice di Gravità Infortuni (per mille ore lavorate) (IG): numero giorni totale di assenza per infortunio/ore lavorate x 1.000

## 4.8 Welfare

Prestiamo attenzione alle esigenze personali dei propri dipendenti per quanto attiene ad eventuali necessità di salute e/o familiari. Pur non essendo attualmente presenti programmi strutturati di welfare aziendale, abbiamo avviato diverse iniziative:

- la convenzione con un asilo nei pressi degli uffici
- l'opportunità di beneficiare del servizio di autolavaggio
- la possibilità di usufruire del servizio di lavaggio e stiratura
- convenzioni con commercianti nei pressi dello stabilimento (ristoranti, parrucchieri, ecc).

Offriamo, inoltre, l'opportunità di avere contratti flessibili con la modalità dello smart working, spazi dedicati al relax e al fitness, e infine organizziamo attività di aggregazione. Nel 2022, 35 dipendenti hanno potuto usufruire del servizio di assistenza sanitaria presso la nostra Società, mentre nessun dipendente ha richiesto un congedo parentale.



5

**Capitale sociale e relazionale**

## 5.1 Prodotti e brand

**O**periamo sul mercato con le seguenti Business Unit: Novaclinical, Novaestetyc e IO Skincare (che appartengono alla Divisione Biotech), e Novaretail.



Progettazione e produzione di apparecchiature elettromedicali e dispositivi medici di ultima generazione.

**EVA, 4PLUS, ANIKA, DAFNE, EVPLUS, DPL100, BODYKA PLUS, BODYKA, RADIO4.**



Progettazione e produzione di dispositivi avanzati di biotecnologia nel settore della medicina estetica e dell'estetica professionale.

**IPERHUMAN, LENSED STAR ONE, EGO, ERA, RADIO4, JET SHAPE, OXYS, PLW, MSHAPE.**



Progettazione e produzione di sistemi di comunicazione per il punto vendita.

**SHOP IN SHOP, ISOLE EMOZIONALI, CORNER, PARETI ESPOSITIVE, VISUAL MERCHANDISING.**



Produzione di prodotti dermocosmetici.

**PRODOTTI PER IL CORPO E PER IL VISO.**



## NOVACLINICAL

Leader nel settore della medicina estetica, dermatologia e ginecologia, Novaclinical è la nostra business unit che progetta e produce dispositivi medici di ultima generazione (tecnologia al servizio della salute intima, del benessere e della bellezza femminili). La collaborazione e la ricerca costante con le università ci consentono di ricoprire un ruolo importante nel mercato di riferimento.

Il nostro personale specializzato segue in azienda tutte le fasi dell'elaborazione dei dispositivi: dalla ricerca allo sviluppo, passando per la progettazione e la produzione. Il tutto avviene grazie alla collaborazione di un comitato etico composto da medici, ingegneri e tecnici che si dedicano ogni giorno allo studio e alla realizzazione di nuovi apparati tecnologici altamente performanti e a un costante perfezionamento delle tecnologie esistenti.

Per massimizzare l'efficacia dei trattamenti sulla clientela finale, offriamo un vero e proprio percorso formativo che costituisce un valore aggiunto per l'azienda, ormai forte di un riconoscimento medico e scientifico nazionale ed internazionale.

## NOVAESTETYC

Novaestetyc è la nostra *business unit*, leader nel settore della medicina estetica e dell'estetica professionale, che progetta e produce dispositivi avanzati di biotecnologia rivolti al mercato nazionale ed estero (trattamenti per viso e corpo in totale comfort e sicurezza).

Questa Business Unit risponde alle esigenze di un settore in rapida e continua evoluzione. Attraverso gli ingenti investimenti in ricerca e sviluppo, i dispositivi Novaestetyc offrono trattamenti per viso e corpo in totale comfort e sicurezza.

## ÍÓ SKINCARE

Dall'esperienza ventennale nel settore dell'estetica e dell'elettromedicale, abbiamo deciso di dedicarci alla cosmeceutica con il progetto ÍÓ SKINCARE.

ÍÓ Skincare sta per "IO MI PRENDO CURA DELLA MIA PELLE" e la cura della pelle è *la fil rouge* del nostro progetto, quella che garantiamo con i nostri prodotti, quella che raccontiamo nei nostri articoli, quella che divulghiamo nei nostri post. Prendersi cura della propria pelle è una scienza esatta, il nostro impegno è che ogni individuo lo faccia nel modo giusto ed è per questo motivo che il prodotto è solo parte di un percorso più ampio fatto di informazione, professionalità e innovazione. Nel nostro lavoro quotidiano, continuiamo ogni giorno a ricercare la giusta unione tra scienza e natura per sviluppare prodotti sempre più vicini alle necessità della pelle.

Nel 2022 è stata lanciata sul mercato Pure%, la prima linea di concentrati prodotti in camera bianca firmata ÍÓ Skincare. Tutti i prodotti della linea Pure% sono completamente privi di profumi, allergeni, antiossidanti di origine sintetica: 100% principi attivi. Studiati per essere in sinergia con i device Novavision, i prodotti moltiplicano i benefici dell'elettroporazione e di tutte le tecnologie studiate per veicolarli.



## NOVARETAIL

Novaretail è la Business Unit che, da 30 anni ai vertici del settore, offre servizi di progettazione e produzione di sistemi di comunicazione per il punto vendita: shop in shop, isole emozionali, corner, pareti espositive e visual merchandising.

Essa lavora sulla nuova frontiera del Retail che prevede uno spazio integrato ove la collisione di elementi e professionalità diversi che uniscono le loro competenze e creano sistemi di comunicazione innovativi. Novaretail offre una vera e propria piattaforma di servizi: dal brainstorming alla progettazione creativa in 3D, prototipazione e realizzazione, fino all'installazione sul punto vendita.

Si rivolge prettamente al mercato italiano, con particolare riferimento al mondo dell'elettronica di consumo. In particolare, realizza la progettazione 3D, la progettazione elettronica digitale, la prototipazione e la produzione. Inoltre, offre servizi di logistica, in particolare: la gestione della logistica automatizzata, l'installazione con personale dedicato e qualificato, 24h di assistenza e supporto tecnico per tutte le strutture sul territorio, il reporting giornaliero con documentazione fotografica delle installazioni. Il team si è posto come obiettivo quello di **sensibilizzare e responsabilizzare la filiera**, con particolare riferimento ai propri fornitori. Novaretail si approccia, infatti, alla tematica della sostenibilità a 360°, optando per la gestione e lavorazione dei materiali in tale ottica, sin dalla fase di **progettazione**. In questo contesto, ai clienti viene proposta la costruzione di espositori con componenti intercambiabili per facilitarne il riutilizzo, seguendo il principio di "Refresh, Rework, Restyling" della struttura. Questo si traduce nel mantenimento della base dell'espositore, creando ad hoc delle opportune grafiche intercambiabili a seconda delle necessità espresse dal cliente.

Questo processo si affianca ad una progettazione modulare facilmente assemblabile e smontabile in modo che il prodotto possa essere facilmente recuperato dal punto vendita e ripristinato nelle parti danneggiate al fine di **restituire nuova vita o nuova destinazione d'uso** al tutto o, ove non possibile, la possibilità di smontare i vari pezzi agevolando il corretto smaltimento dei vari materiali.

Un ulteriore aspetto virtuoso consiste nella **scelta di materiali in ottica green** (legno FSC, plastiche Green Cast, imballi plastic free, stampe ecologiche) e conseguente scelta dei fornitori con specifiche certificazioni che possano essere allegate al progetto e rese note successivamente al cliente finale. Nell'ottica di sensibilizzare e responsabilizzare i propri clienti, si cerca di proporre proattivamente anche versioni "green" dei progetti precedentemente realizzati o di parte di questi, mediante elementi in cartone o ecocompatibili. Dal punto di vista della **logistica**, Novaretail sviluppa i propri progetti focalizzando l'attenzione su quanto peso e spazio possano occupare, in modo da ottimizzare i trasporti su tutta Italia ed evitare di organizzare molteplici viaggi lungo la penisola. La stessa attenzione è richiesta alle squadre di logistica che ci supportano, in modo che si possano organizzare ritiri materiali e allestimenti in modo accorpato. Il fine ultimo di questa progettazione, oltre all'economicità, risulta essere il tentativo di contenere quanto possibile le emissioni di CO2.

Il team di Novaretail partecipa, inoltre, a una tavola rotonda rispetto al tema dell'incorporazione della **circular economy nel mondo del retail**. L'obiettivo di questi incontri è mettere in contatto aziende posizionate a diversi livelli della supply chain al fine di sensibilizzare la filiera nel suo complesso ed evidenziare le esigenze del mercato su cui poi avviare progetti innovativi. Per garantire un servizio efficiente e in continuo miglioramento, grazie ad un sistema informatico sviluppato ad hoc "inside", forniamo in tempo reale informazioni sui processi logistici ed indici di soddisfazione dei punti vendita rispetto all'attività svolta da Novavision per conto dei nostri clienti.

Nel 2022 sono stati erogati corsi di aggiornamento ad Industrial e Designers su nuovi Software, focalizzati da un lato sulla renderizzazione e progettazione (realtà aumentata che permette di eliminare il campionamento), dall'altro sulla user experience (finalizzata al miglioramento dell'interfaccia di usabilità con i clienti).

## 5.2 Strategia e posizionamento di mercato

Al centro del nostro lavoro poniamo sempre i nostri clienti e il posizionamento dei nostri prodotti. La definizione del target e le strategie di posizionamento costituiscono pertanto la base del lavoro delle nostre Business Unit.

Grande attenzione è riposta alle dinamiche di offerta, ai trend di mercato e alla concorrenza, e ai trend tecnologici. Anche il processo di innovazione ha origine dai mercati e dai clienti/utenti e segue un flusso strutturato che prevede passaggi che vanno dalla verifica della idea (concept test) sino alla realizzazione del prodotto finale.

Nell'ambito di mercato indirizzato da **NOVARETAIL**, i clienti sono importanti aziende italiane (Samsung, Dyson, Panasonic, etc..) con i quali abbiamo un rapporto storico, e che costituiscono la principale fonte dei ricavi. Considerato l'altissimo potenziale della Business Unit Novaretail, in termini di know-how ed expertise, anche nel 2022 ci siamo impegnati ad ampliare il numero dei clienti in Italia e ad esplorare il mercato estero.

Per quel che riguarda invece il settore Biotech (**NOVACLINICAL, NOVAESTETYC, IÓ SKINCARE**), a partire dall'inizio del 2021 il nostro rapporto con i clienti finali (Centri Medici, Centri Estetici, etc...) avviene solo ed esclusivamente attraverso i distributori, sia in Italia che all'estero.

Nel 2022, al fine di realizzare il perfetto connubio tra le diverse Business Units di Novavision Group, è stato avviato un progetto volto all'apertura di 4 centri legati al mondo del fitness in Sicilia, dove verranno esposti prodotti realizzati dalla BU Biotech in una cornice creata interamente dalla BU Retail. Al fine di strutturarci opportunamente sul mercato e favorire la crescita del settore *Biotech in Italia*, nonché uniformare il posizionamento sul mercato italiano ed estero, è stata creata la società **Novabee**, con sede a Napoli, che dal 1° gennaio 2021 ha assunto il rapporto diretto con i distributori e i clienti finali.

Grazie alle sue competenze in ambito commerciale, Novabee ha quindi iniziato ad operare con l'obiettivo primario di ampliare e sviluppare i prodotti di Novavision Group S.p.A. sul territorio nazionale, assicurando allo stesso tempo un'azione più dedicata alla cura del cliente.

Con Novabee è stato posto in atto un modello di business innovativo per il settore dei prodotti elettromedicali: come Novavision proseguiamo la nostra attività legata alla progettazione e produzione di macchinari all'avanguardia, mentre Novabee si dedica al loro posizionamento e a adottare le migliori strategie di vendita anche per valorizzare l'alta innovazione tecnologica, principio cardine dei prodotti realizzati dal gruppo.

Novabee si avvale di professionisti provenienti dal mondo farmaceutico e para-farmaceutico, dal marketing, dall'e-commerce con esperienze nella gestione di reti commerciali, che si pongono l'obiettivo di mettere a fattor comune le conoscenze sviluppate nei rispettivi ambiti di competenza per ampliare il mercato attraverso un potenziamento della gamma e dei servizi.

Il progetto Novabee ha previsto un potenziamento dell'offerta attuale attraverso servizi più completi e articolati sui prodotti, partendo dall'analisi dell'esigenza della clientela, interessata sicuramente alla qualità dei dispositivi Novavision, ma anche alla ricerca di un partner che garantisca assistenza a più livelli, sia per la miglior fruizione dei prodotti che per lo sviluppo delle potenzialità che questi offrono alle loro attività.





A seguire le aree applicative coperte da Novabee.

### Medical

Prodotti e tecnologie non invasive per la salute intima femminile e per la bellezza di viso e corpo. A quest'area appartengono i seguenti device:

**EVA, 4PLUS, ANIKA, DAFNE, EVPLUS, DPL100, BODYKA PLUS, BODYKA, RADIO4.**

### Aesthetic

Prodotti e tecnologie dedicate all'estetica professionale (viso, corpo ed epilazione).

L'area include i seguenti device estetici:

**IPERHUMAN, LENSED STAR ONE, EGO, ERA, RADIO4, JET SHAPE, OXYS, PLW, MSHAPE.**

Sul **mercato italiano**, Novabee si sta concentrando molto nel settore dell'**intimal care (salute intima femminile)**, ancora poco sviluppato in Italia), dedicato ai trattamenti attraverso le nostre tecnologie di patologie che coinvolgono le donne nelle fasi di post-parto e menopausa. In questo settore si stanno affermando anche fisioterapisti specializzati nel trattamento del pavimento pelvico, che affiancano medici e ginecologi.

Per quel che riguarda i **mercati internazionali**, siamo tradizionalmente presenti in Oriente ed Estremo Oriente e stiamo iniziando ad esplorare i Paesi del Centro Africa, Sud Africa e India. In Medio Oriente offriamo le nostre tecnologie e il nostro partner ci affianca nel processo di vendita, presentazione e distribuzione, soprattutto contribuendo dal punto di vista della comunicazione. Inoltre, stiamo riprendendo l'espansione sul mercato europeo con una buona presenza di Francia, UK, Germania, Portogallo e Svizzera.

Nel resto del mondo nel 2021 abbiamo avviato una relazione con un importante distributore in Colombia e registrato i nostri dispositivi in Russia, dove, nel 2022, si sono intensificate le relazioni con il mercato e sono state realizzate anche diverse pubblicazioni, riscontrando un'importante crescita dal punto di vista commerciale (+40%).

Nel 2022, Novabee ha avviato una collaborazione con il Gruppo Douglas. L'obiettivo di tale partnership è stato quello di creare, all'interno delle profumerie Douglas, alcuni *beauty lounge* a cura di Novavision, dove il cliente ha la possibilità di sperimentare trattamenti forniti tramite il supporto delle tecnologie Novavision. I prodotti (Ego ed Era) sono stati resi disponibili inizialmente limitatamente a 4 punti vendita, con l'obiettivo di consolidare tale partnership nel 2023.

Novavision ha, inoltre, affiancato tale attività con corsi di formazione, assistenza e l'organizzazione di open day.

Nel 2021 abbiamo lanciato sul mercato, e messo in vendita nel 2022, due nuovi prodotti, entrambi nel settore intimal care: **Dafne** ed **Anika**. La prima consiste in un'apparecchiatura prettamente ginecologica ed ha riscontrato un enorme successo sul mercato. Questo è il risultato di un modello di vendita basato su bundle di più tecnologie. Anika, invece, rappresenta la nostra prima esperienza nel mondo della carbossiterapia, metodica leggermente più invasiva ma senza alcun dolore da parte del paziente.



Inoltre, è stata lanciata nel 2022, e messa in commercio nel 2023, una nuova tecnologia: si tratta di una nuova tecnologia per la tonificazione muscolare e rimodellamento corporeo.

M SHAPE



### Iniziativa di innovazione

Attualmente, stiamo sviluppando in collaborazione con Novabee l'idea di fornire centri **“chiavi in mano”** o **“concept”** a possibili soggetti interessati. Utilizzando l'expertise maturata da Novaretail, intendiamo creare delle sinergie trasversali tra le diverse Business units, fornendo quattro veri e propri store con all'interno le nostre apparecchiature in Sicilia focalizzati sul mondo del fitness.

## 5.3 Customer experience

Il progresso ed il successo si basano sulla soddisfazione totale dei nostri Clienti Distributori, sulla loro fiducia e sulla loro fedeltà, acquisiti e mantenuti attraverso la qualità dei nostri prodotti e servizi, del nostro Sistema di Gestione per la Qualità, la Responsabilità Sociale, l'Ambiente, la Sicurezza delle nostre risorse umane tali da garantire rapidità, flessibilità ed efficienza in tutte le attività.

Attribuiamo un ruolo centrale ai nostri clienti: aziende, distributori, professionisti, utenti finali e pazienti. Ogni punto di contatto è un'occasione per accogliere, conoscere ma anche per raccontare e coinvolgere. Progettare avendo ben chiaro il punto di vista del cliente è l'approccio che contraddistingue ogni nostro intervento e garantisce la coerenza verso un unico obiettivo: migliorare l'esperienza di acquisto dei clienti coinvolgendoli sempre più nel mondo di Novavision Group.

Di recente, abbiamo lanciato il concetto di **NovaCare** che si traduce nel prenderci cura dei nostri distributori attraverso un supporto quotidiano, la formazione e l'informazione continue, l'affiancamento a loro e ai loro clienti per tutte le problematiche che dovessero presentarsi nell'utilizzo dei dispositivi.

Uno degli aspetti qualificanti dell'essere a fianco dei nostri distributori è rappresentato dalla formazione che eroghiamo in presenza e/o in remoto agli operatori che utilizzano le nostre apparecchiature. Attraverso la **Novavision Academy**, insegniamo a utilizzare al meglio le nostre apparecchiature ampliando l'addestramento anche ad aspetti metodologici rilevanti rispetto alle differenti condizioni d'uso, poiché nel nostro settore non esistono parametri standard e i pazienti sono tutti diversi.

La fiducia è alla base del nostro rapporto con i distributori e i partner commerciali, monitorata anche attraverso un questionario di **customer satisfaction** che sottoponiamo periodicamente al fine di valutare il loro grado di soddisfazione.

### BIOTECH

Nel settore Biotech abbiamo messo a punto nel corso del biennio 2020-2021, un processo di vendita e post-vendita interamente basato sulla piena soddisfazione del cliente/distributore. Il nostro team di personale altamente qualificato sia tecnicamente che commercialmente, affianca il distributore in tutte le fasi della vendita: forma il personale "sales" e lo affianca nelle "double visit" sul territorio, presenza e presenta le tecnologie Novavision all'interno di workshop organizzati con platea di leads/clienti, forma le specialist sul territorio per garantire un supporto costante e professionale al cliente finale. Novavision condivide e guida anche il distributore nella realizzazione di piani di marketing customizzati per area geografica e fornisce costantemente ai propri partner materiale in linea con la visual identity aziendale da poter essere utilizzato per le campagne social.

L'attività di post-vendita è parte integrante della *customer experience*. La nostra unità di Customer Care, costituito da un team di persone in grado di dialogare in più lingue (inglese, spagnolo e francese), è in grado di fornire ai distributori e molto spesso ai clienti finali (Medici e Operatori dei Centri Medici e Centri Estetici) risposte esaurienti e soddisfacenti. Ad oggi non abbiamo evidenza di reclami dovuti a cattivo funzionamento dei dispositivi o a carenza di informazioni sul loro corretto utilizzo.

### RETAIL

Le aziende clienti utilizzano lo spazio dei punti vendita come strumento di marketing e comunicazione per dare al brand massima visibilità. È proprio qui che subentra il nostro team, nel progettare strutture esclusive.

I consumatori sono costantemente alla ricerca di luoghi d'acquisto e di *store experience* sempre nuovi e noi cerchiamo di pensare costantemente a un design che spettacolarizzi i prodotti dei nostri clienti con un'immagine di alto posizionamento.

Per questo, abbiamo acquisito una connotazione di azienda *tailorretail*, dotata di un'abilità sartoriale di *contractor* italiano.

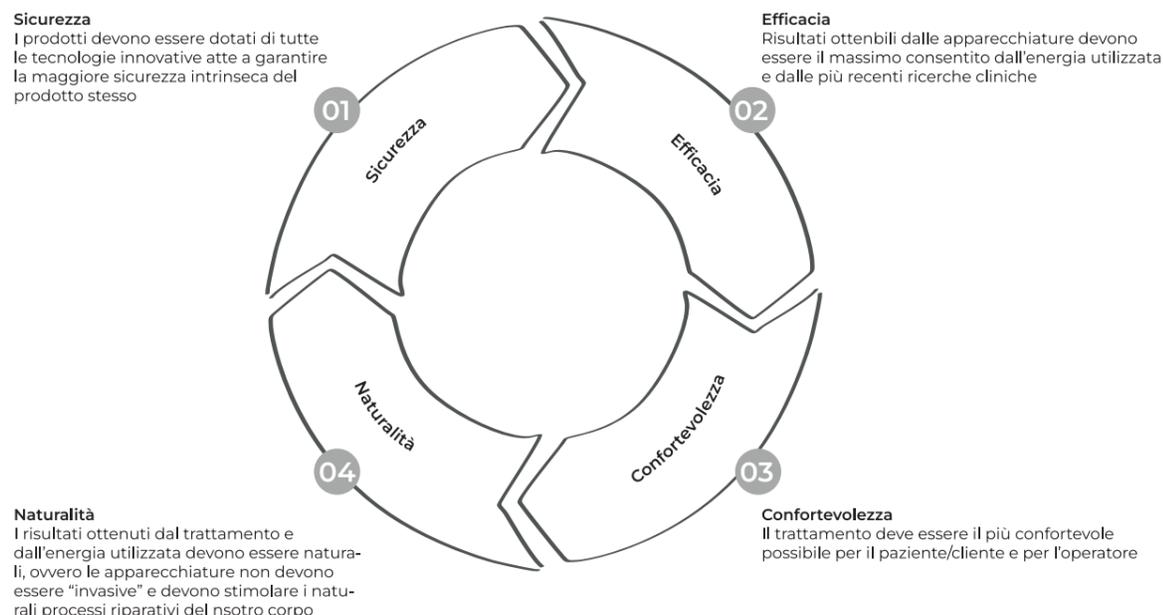
Non semplicemente un esercizio di stile, ma la capacità di rendere possibile una trasformazione del luogo del consumo, che grazie a un background di lunga esperienza si traduce in realtà. Per rispondere ad un mercato in continua evoluzione, abbiamo ampliato le nostre competenze per soddisfare le nuove esigenze dei punti vendita: le piattaforme software in grado di gestire la comunicazione digitalizzata.

### La formazione come fattore strategico

La formazione è un fattore cruciale per tutti i nostri collaboratori, in particolar modo nel settore biotech nel percorso di crescita degli *specialist* e di conseguenza nella loro capacità di costruzione di una relazione positiva con i distributori. Tra gli *specialist* formati, ne selezioniamo uno di questi in grado di fare a sua volta formazione a livello mondiale a tutti i distributori.

Novavision Academy eroga la formazione obbligatoria e in forma gratuita ai distributori, assieme alla vendita del device. I distributori vengono formati anche sull'assistenza, per essere in grado di fornire assistenza locale sui dispositivi. L'attività di formazione viene inoltre supportata da materiali informativi, manuali tecnici e video.

## 5.4 Qualità e sicurezza dei prodotti



Abbiamo sempre posto grande attenzione alle tematiche di sicurezza dei nostri prodotti, in particolare quelli biomedicali. Per assicurare la perfetta aderenza alle normative e un elevato livello di sicurezza per gli utilizzatori dei dispositivi medici (operatori inclusi), abbiamo costituito un Comitato Tecnico-Scientifico, costituito da membri con comprovata eccellenza e leadership nelle patologie indirizzate dai nostri device. Tale collaborazione, rallentata a seguito del Covid-19, è ripresa nel 2022 con l'obiettivo di creare un team di esperti ognuno con la propria specializzazione.

Pubblicazioni scientifiche e ricerche eseguite in collaborazione con le più prestigiose Università validano il continuo lavoro del board scientifico Novavision Group S.p.A. che costantemente monitora gli sviluppi dei protocolli applicativi dei nostri dispositivi. Nel 2022, sono state 4 le pubblicazioni scientifiche relative alle nostre tecnologie. Il reparto di ricerca e sviluppo, nel processo di ricerca e progettazione, è focalizzato nel soddisfare pienamente i requisiti illustrati nella figura.

Relativamente agli aspetti di sicurezza e confortevolezza, il nostro team di ricerca e sviluppo dedica particolare attenzione anche all'operatore, minimizzando il più possibile eventuali rischi dovuti all'utilizzo delle apparecchiature (emissioni elettromagnetiche, forma e design,...) e massimizzando la confortevolezza del trattamento grazie a specifiche ricerche, analisi e testing svolti dal design center per quel che riguarda gli aspetti di ergonomia delle apparecchiature (forma, peso, supporti, etc...) e dei relativi accessori.

### Collaborazioni con il mondo accademico e le strutture socio-sanitarie

Il successo delle nostre apparecchiature è in gran parte attribuibile alla solidità degli aspetti scientifici derivanti dagli studi clinici che sono stati prodotti negli anni e che dimostrano i risultati e il buon funzionamento dei nostri dispositivi. Il primo studio pilota risale a circa sette anni fa ed è stato condotto in collaborazione con l'Ospedale di Pavia. Ad oggi, come Novavision disponiamo di 15 pubblicazioni nell'ambito della salute intima femminile. Più di recente, abbiamo avviato una collaborazione con l'Istituto Clinico Humanitas di Milano che dispone di Ospedali e una trentina di Centri Medici privati convenzionati, nei quali si sta spingendo verso un approccio olistico verso la salute femminile. Alcuni nostri dispositivi medici sono presenti dal 2019 anche all'Ospedale Mangiagalli di Milano<sup>8</sup>, con ben 3 studi clinici e 3 tipologie di pazienti.

### Tecnologie Novavision

Sviluppiamo tecnologie altamente specializzate e mai invasive rispettando i naturali processi fisiologici del corpo umano, ottenendo trattamenti efficaci e confortevoli.

La Tecnologia **DQRF™ (Dynamic Quadripolar Radiofrequency)** permette di focalizzare l'energia sullo strato del tessuto interessato attraverso un sistema autoguidato, riducendo drasticamente la potenza di utilizzo e andando così a focalizzare l'energia sul target tissutale da trattare.

L'esclusiva tecnologia **VDR™ (Vaginal Dynamic Radiofrequency)**, che evolve la **Dynamic Quadripolar Radiofrequency**, permette di focalizzare l'effetto termico sugli strati epiteliali e subepiteliali della vagina nel modo più selettivo possibile. La tecnologia riesce, infatti, a garantire totale configurabilità, partendo da protocolli in grado di adeguare il trattamento alle necessità della paziente, scegliendo la profondità di azione e lo specifico target tissutale.

**RSS™ (Radiofrequency Safety System)** è il sistema di sicurezza che rende i trattamenti davvero sicuri sia per il paziente che per l'operatore. Il device è in grado di monitorare costantemente la temperatura raggiunta dai tessuti, riducendo a zero i rischi di bruciature. Il device, inoltre, monitora il movimento dell'operatore, supportandolo durante la sessione e garantendo un trattamento efficace in ogni fase. La tecnologia RSS™ tutela direttamente anche la paziente che avrà il totale controllo della seduta: grazie al Bio-Feedback potrà fermare la terapia con un semplice tasto diventando essa stessa parte attiva.

**UPR™ (Ultrapulsed Radioporation)** è la più innovativa tecnologia che, utilizzando microimpulsi ad alto contenuto energetico, permette di aumentare la permeabilità delle membrane cellulari e l'apertura dei canali acquosi, veicolando il passaggio di sostanze attive.

**DQME™ (Dynamic Quadripolar Multiple Energy)** è la tecnologia che, fornendo una soluzione completa per l'allenamento muscolare, la tonificazione e il rimodellamento del corpo, combina diverse energie quali la **Electric Bio Energy (EBE™)**, che consiste in correnti sinusoidali a frequenza variabile che generano contrazioni fisiologiche e dinamiche; e la **Static Magnetic Energy (SME™)**: campi magnetici statici in grado di agire sul potenziale d'azione della cellula, attività primaria per la comunicazione e l'attivazione dei processi cellulari.

In un mondo in rapida evoluzione e sempre più connesso, Novavision crede fermamente nella creazione e nello sviluppo del concetto **IoMT™ (Internet of Medical Things)**. Le apparecchiature sono, infatti, predisposte a continui upgrade dell'Internet of Medical Things, offrendo device sempre aggiornati. Questo nuovo approccio rende l'azienda disponibile sempre e ovunque per i suoi clienti: servizi, assistenza remota, formazione e protocolli on-line, aggiornamenti, archiviazione dei dati. Allo stesso tempo, gli utenti diventano membri della comunità IoMT™ sfruttando il supporto continuo del board scientifico e la possibilità di condividere esperienze con colleghi in tutto il mondo (protocolli personalizzati, casi particolari, anamnesi, dati di followup). L'utente professionale offre ai propri pazienti vantaggi unici, come l'accesso allo storico delle procedure, dispositivi indossabili, consigli, suggerimenti sui trattamenti e promemoria personali. Inoltre, tutto ciò apre la strada anche ad un approccio collegato al concetto di medicina preventiva, avendo la possibilità di creare dei gruppi omogenei di persone con le stesse caratteristiche.

<sup>8</sup> Tale collaborazione vede il coinvolgimento del Professore Paolo Vercellini, personalità di spicco nella ginecologia in Italia

## Monitoraggio remoto dei dispositivi elettromedicali

Di recente, abbiamo avviato una attività di impostazione e implementazione per l'utilizzo di big data, che permetta di fare una analisi approfondita su quelli che sono i trattamenti e le condizioni tecniche delle apparecchiature. I dispositivi elettromedicali sono tutti 4.0 e sono sottoposti quindi a telecontrollo, attraverso un collegamento con i nostri database centrali. Tale configurazione consente di tracciare tutte le funzioni svolte dal device (es. numero di applicazioni effettuate, tipologia di trattamento richiesto, tempi di svolgimento, etc.).

Prosegue nel 2022 la creazione di una apposita area a disposizione dei clienti, dove gli utenti che usufruiscono dei trattamenti potranno lasciare dei feedback sulla qualità e l'esito dei trattamenti stessi, al fine di customizzare maggiormente il servizio. In futuro, alcuni dati verranno resi disponibili direttamente ai distributori e ai clienti finali.

## Aggiornamenti ed upgrade delle nostre tecnologie

Al fine di salvaguardare l'investimento dei nostri clienti, abbiamo avviato un processo di presentazione e aggiornamento rispetto agli upgrade creati per le nostre tecnologie già presenti sul mercato. Si tratta della messa in commercio di nuovi accessori che permettono di aggiornare le precedenti apparecchiature al fine di donar loro vita nuova (l'aggiornamento è effettuabile da remoto e in modalità totalmente gratuita).

## Evoluzione della normativa sui Dispositivi Medici

Dal 26 maggio 2021, è pienamente applicabile il Regolamento (UE) 2017/745. Il Regolamento modifica le norme che disciplinano il sistema dei dispositivi medici, tenendo conto degli sviluppi degli ultimi vent'anni, con l'obiettivo di garantire un quadro normativo solido, idoneo a mantenere un elevato livello di sicurezza.

Autorità nazionali, organismi notificati, fabbricanti, operatori economici, istituzioni sanitarie e gli altri soggetti coinvolti dovranno collaborare per migliorare il sistema dei dispositivi medici nella rinnovata cornice normativa prevista dal regolamento.

Il Regolamento (UE) 2017/745, fondato sui principi del New Legislative Framework, in continuità con i principi del New Approach si pone l'obiettivo di elevare gli standard di qualità e sicurezza dei prodotti e creare contemporaneamente un quadro legislativo sostenibile, favorevole all'innovazione che ponga l'UE quale garante della salute globale e del buon funzionamento del mercato interno nel settore dei dispositivi medici.

Di seguito le nove tematiche più innovative dell'MDR (UE)<sup>9</sup> 2017/745:

- Maggiore dettaglio sul processo di Valutazione Clinica, con il Post-market Clinical Follow-up applicato per tutto il ciclo di vita del dispositivo;
- Necessità di eseguire una puntuale riclassificazione dei dispositivi;
- Nuovi obblighi e responsabilità per gli Operatori Economici;
- Requisiti più rigorosi per la designazione degli Organismi Notificati e un maggior controllo e monitoraggio da parte delle Autorità Competenti e della Commissione Europea;
- Obbligo di individuazione e responsabilizzazione della Persona Responsabile del rispetto del Regolamento MDR (UE) 2017/745;
- Vigilanza e Sorveglianza Post-Market (PMS) più rigorose;
- Maggior definizione della Documentazione Tecnica da redigere;
- Sistema UDI (identificazione unica del dispositivo) per rafforzare la tracciabilità dei dispositivi medici;
- EUDAMED: banca dati europea che raccoglie in un unico database i riferimenti di tutti i Dispositivi Medici e Dispositivi Medico – Diagnostici in Vitro.

Tali importanti novità costituiscono per il nostro team Biotech un'ulteriore sfida e uno stimolo a fare sempre meglio.

<sup>9</sup> MDR, Medical Device Regulation

## 5.5 Project Novacert

Tuteliamo il nostro target di clienti su tutto ciò che porta la firma Novavision.

NOVACERT è un sistema di autenticazione per la tutela del mercato B2B, B2C e per la tutela dello stesso gruppo. Ogni device è dotato di un tag di riconoscimento, basato su una immagine QR CODE ed in futuro sulla tecnologia NFC attraverso il quale l'utente potrà accedere ad una pagina informativa che certifica l'originalità del prodotto, la sua provenienza e lo stato di manutenzione. Nell'arco di 12 mesi, tra il 2019 e il 2020, abbiamo reso tracciabili tutti i device in produzione, tut-

te le componenti aggiuntive, i consumabili, le certificazioni e le comunicazioni ufficiali.

L'utente trova su ogni device un simbolo come quello rappresentato sopra, un'etichetta per le documentazioni cartacee. È sufficiente leggere il QR CODE o in futuro avvicinare il dispositivo mobile al marchio e l'utente è portato direttamente ad una pagina informativa con tutte le specifiche del prodotto e della comunicazione.

Il mondo delle contraffazioni cresce ogni giorno sempre di più anche nel settore medico ed estetico. Non solo per le tecnologie brevettate ma anche

per le componenti aggiuntive, come gli accessori dei device. Il gruppo ha allora deciso di tutelare i suoi acquirenti diretti come gli utenti finali: non solo contro la contraffazione, ma anche contro la cattiva manutenzione dei device. Attraverso il sistema NOVACERT, infatti, è possibile risalire anche alle informazioni di storicità della manutenzione del prodotto, permettendo all'utente finale di avere la certezza che il professionista stia utilizzando un device a norma per i suoi trattamenti. Il simbolo rappresenta la trasparenza tra noi e i nostri clienti/utenti.

## Fiere di settore ed eventi

Nel 2022, Novavision ha partecipato in qualità di espositore, alla 21ª edizione della Dubai World Dermatology & Laer Conference & Exhibition, affiancata dalle sue tre business unit: Novaclinical, Novaestetyc, lo' Skincare e Iperhuman.

Inoltre, a settembre 2022, Novaclinical ha partecipato al Congresso EADV – Designing the Future of Dermatology and Venereology di Milano.

Il 25 novembre del 2022 si è celebrata la Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne e anche in questa occasione abbiamo scelto di schierarci al loro fianco, ricordando loro di essere sempre gentili con sé stesse e soprattutto essere sé stesse. Per l'occasione le nostre pagine social e i nostri siti si sono tinte di rosa per un'intera settimana. Inoltre, ci impegniamo attivamente a devolvere parte del ricavato della vendita dei devices che rimuovono cicatrici, a delle associazioni impegnate nel sostegno e nella tutela delle donne vittime di violenza.

## 5.6 Novavision per il sociale

Un gruppo nasce nel momento in cui più persone condividono lo stesso obiettivo. È proprio questa consapevolezza, che il singolo non sarà mai forte quanto la squadra, che muove la visione di Novavision Group. Sono proprio questi i valori portanti sui quali puntiamo nel nostro agire, in azienda e fuori.

Obiettivo del gruppo non è mai solo vincere, o raggiungere un risultato, per il gruppo conta sempre di più il gruppo, la sinergia tra le parti, il percorso condiviso che porta la squadra al traguardo, e non c'è bisogno di essere un'azienda leader nel settore Biotech e Novaretail per trarre vantaggi da questa filosofia.

Facciamo gruppo ogni giorno, nei nostri laboratori, nei nostri uffici, quando collaboriamo con le Università o con i Dottori di tutto il mondo per le nostre ricerche, ma rimaniamo lo stesso Gruppo quando scegliamo un asilo nido nei pressi dell'azienda agevolando i nostri dipendenti nel ruolo di genitori, promuovendo lo smart working o progettando un'area Relax.

È la forza dello stesso gruppo che ci ha portato ad aprire un'area gym all'interno dell'azienda, consapevoli che la salute fisica e mentale dei nostri dipendenti passa anche per l'attività sportiva. Il gruppo e la collaborazione tra le parti sono ciò che caratterizza la Novavision ma anche ciò che l'azienda vuole trasmettere fuori, alla società e soprattutto ai giovani. Ogni anno apriamo le porte del nostro Headquarter ai diplomandi, poiché riteniamo vitale rafforzare il rapporto scuola/lavoro, così prezioso per gli studenti che si accingono ad intraprendere il loro percorso di vita lavorativo.

Per trasmettere lo stesso messaggio ai più giovani sponsorizziamo piccole società sportive, la cui filosofia è vincente proprio perché oltre a formare corpo e mente allenano i ragazzi alla collaborazione, alla condivisione e al gioco di squadra: un'attaccante sa che per una partita perfetta non basteranno i suoi goal, ma anche una buona difesa e un perfetto gioco di squadra. Novavision Group S.p.A. non sostiene queste realtà per le vittorie o i risultati in campo, ma per i valori insiti, per "il fare squadra" come obiettivo di vita.

Gruppo è ciò che facciamo, ciò che trasmettiamo ai più giovani, ciò che comunichiamo alla società: gruppo è ciò che siamo.

Nel 2022, abbiamo continuato a sostenere le due Associazioni sportive ASD Pallavolo Arosio e l'ASD Cogliatese, così come avvenuto negli anni scorsi.



### ASD PALLAVOLO AROSIO

La ASD PALLAVOLO AROSIO è una società che nel 2017 ha festeggiato 35 anni di attività, regolarmente affiliata alla Federazione Italiana Pallavolo (FIPAV) ed al Comitato Olimpico Nazionale (CONI) con oltre cento atlete tesserate.



### ASD COGLIATESE

La ASD Cogliatese è un progetto sportivo ed educativo strettamente legato alle attività dell'Oratorio Cardinal Minoretti, che da oltre sessant'anni forma diverse generazioni di giovani di Cogliate e non solo, unite dalla passione per il calcio.

## 5.7 Membership al FAI (Fondo Ambiente Italiano)

A partire dal 2019, sosteniamo il FAI (Fondo Ambiente Italiano)<sup>10</sup> partecipando al programma di membership aziendale Corporate Golden Donor, per la tutela e la salvaguardia del patrimonio artistico e naturale del nostro paese.

I paesaggi mozzafiato, l'arte, la cultura e la storia che si respira in ogni angolo rendono l'Italia uno dei paesi più belli ed affascinanti al mondo. Milioni di anni di storia e tante civiltà diverse, hanno contribuito a rendere il patrimonio artistico e culturale italiano uno dei beni più importanti per il mondo intero. Proprio per questo risulta fondamentale trovare modi innovativi per riuscire a supportarlo, tutelandolo al meglio per preservarlo e tramandarlo alle generazioni future.

Vicini al FAI vogliamo realizzare un grande progetto di tutela che è anche un'ambiziosa sfida culturale: fare dell'Italia un luogo più bello dove vivere, lavorare e crescere i nostri figli. Il patrimonio paesaggistico e culturale, che il FAI salvaguarda e promuove, rappresenta infatti un capitale unico al mondo e la risorsa fondamentale su cui investire per far rinascere, sviluppare e valorizzare il nostro meraviglioso Paese. Grazie al sostegno dei suoi numerosi aderenti, sia privati cittadini che aziende, il FAI da oltre 40 anni tutela e gestisce ben 64 Beni su tutto il territorio nazionale. Importanti insediamenti storici, artistici e paesaggistici salvati dall'incuria, restaurati, protetti e aperti al pubblico.

Ogni giorno il FAI si impegna a proteggere e rendere accessibili a tutti splendidi gioielli d'arte, natura e cultura disseminati nelle campagne, nelle città e sulle coste del nostro Paese; a educare e sensibilizzare la collettività alla conoscenza, al rispetto e alla cura dell'arte e della natura e a farsi portavoce delle istanze della società civile vigilando e intervenendo attivamente sul territorio. Con il FAI, vogliamo un'Italia più tutelata e più bella.

*"In Novavision ci impegniamo molto per la salvaguardia dell'ambiente, un elemento per noi imprescindibile rispetto al nostro modello di business aziendale. Allo stesso modo riteniamo sia fondamentale sposare la causa del Fai per tutelare la storia, l'arte e tutti i luoghi unici che fanno dell'Italia uno dei paesi più belli al mondo"*

Danilo Crapelli, CEO di Novavision Group



<sup>10</sup> Il FAI è una Associazione senza scopo di lucro, attiva dal 1975, che si impegna quotidianamente per la tutela, la salvaguardia e valorizzazione del patrimonio artistico e naturale italiano. Il FAI, infatti, attraverso il restauro e l'apertura al pubblico dei beni storici, artistici o naturalistici ricevuti per donazione o eredità, ha come obiettivo primario quello di sensibilizzare le persone al rispetto e alla cura dei beni culturali del Bel Paese.



6

**Capitale naturale**

## 6.1 **Politica e sistema di gestione ambientale (SGI)**

**N**el 2021 abbiamo aderito volontariamente alla Certificazione Ambientale ISO 14001, norma di riferimento per la nostra organizzazione, che ci ha permesso di adottare un approccio sistematico alla gestione ambientale a tutti i livelli e funzioni dell'azienda, e allo stesso tempo specificare i requisiti del nostro Sistema di Gestione Ambientale (SGA).

Essere conformi alla norma ISO 14001, significa per noi:

- analizzare i numeri e le percentuali delle nostre emissioni, dell'uso che facciamo delle risorse;
- definire una politica aziendale sia interna che esterna;
- continuare giorno per giorno a definire, applicare e mantenere attive le attività, le procedure e le registrazioni previste dai requisiti della 14001 seguendo il modello PDCA (Plan-Do-Check-Act, detto anche ciclo di Deming) a cui la ISO14001 si ispira;
- approfondire il quadro legislativo e le prescrizioni che possiamo applicare alla nostra produzione, e soprattutto valutare attentamente l'impatto che il nostro operato ha sull'ambiente.

Per garantire il rispetto di tali principi, intendiamo: applicare un approccio preventivo alla gestione delle problematiche ambientali, adottare una condotta sostenibile, riesaminare periodicamente l'efficacia del nostro Sistema di Gestione Integrato (SGI) attraverso la verifica del raggiungimento di obiettivi e traguardi fissati allo scopo, infine comunicare a tutto il personale di Novavision Group S.p.A., o per conto di essa, la presente Politica e Obiettivi e gli elementi applicabili del sistema perché essi vi si adeguino nello svolgimento dei compiti loro affidati.

**Rispetto delle prescrizioni legali in materia ambientale e di tutte le prescrizioni sottoscritte che abbiano in oggetto i propri aspetti ambientali.**

**Monitoraggio del consumo di risorse e di energia.**

**Sensibilizzazione del personale su tematiche ambientali e del risparmio energetico.**

**Offerta di servizi energetici provenienti da fonti rinnovabili.**

**Adozione di tutte le misure necessarie per limitare il verificarsi di condizioni di emergenza e gli eventuali impatti ambientali conseguenti.**

**Monitoraggio, quanto possibile, del ciclo di vita del proprio prodotto comprendendo l'acquisizione delle materie prime, la progettazione, la produzione, il trasporto/consegna, l'utilizzo, il trattamento di fine vita e lo smaltimento finale.**

**Monitoraggio e corretta gestione del ciclo dei rifiuti.**

## 6.2 Analisi ambientale

L'Analisi Ambientale riveste un'importanza fondamentale ai fini della corretta applicazione del nostro Sistema di Gestione Integrato (SGI) poiché consente di impostare e definire gli Indicatori Prestazionali (KPI) e, conseguentemente, gli obiettivi S.M.A.R.T. (*Scalable, Measurable, Achievable, Relevant, Time Based*). I contenuti dell'analisi ambientale sono stati redatti tenendo conto degli aspetti ambientali rilevanti, in particolare:

- il contesto territoriale in cui Novavision Group S.p.A. opera e realizza i propri prodotti;
- l'identificazione degli aspetti ambientali considerando non solamente le normali condizioni di esercizio, ma anche le condizioni anormali e di emergenza;
- l'identificazione dei vincoli legali applicabili, tenendo conto sia delle normative vigenti sia delle prescrizioni sottoscritte da Novavision Group S.p.A.;
- l'esame delle prassi e delle procedure già esistenti in Novavision Group S.p.A., che si concretizza in un'analisi qualitativa e quantitativa dei diversi argomenti trattati e in proposte di miglioramento;
- la valutazione delle eventuali anomalie ed emergenze ambientali avvenute in passato.

La nostra Analisi Ambientale viene applicata a tutti i processi e alle attività relative al campo di applicazione del nostro Sistema di Gestione Integrato (SGI).

Di seguito vengono sinteticamente descritti gli impatti dell'azienda riguardo alle seguenti tematiche ambientali: l'efficienza energetica (consumi energetici), l'utilizzo di prodotti chimici, le emissioni in atmosfera l'utilizzo della risorsa acqua (consumi idrici e scarichi idrici), gestione dei rifiuti.

## 6.3 Efficienza energetica

La nostra attenzione verso le tematiche di efficienza energetica è testimoniata dall'impegno profuso nel mantenere un cruscotto aggiornato contenente i dati sui consumi energetici e nell'intraprendere le azioni di miglioramento orientate a migliorare le performance energetiche dell'azienda.

I nostri consumi energetici sono principalmente rappresentati da:

- energia elettrica utilizzata negli uffici e per la gestione degli impianti operativi;
- il metano approvvigionato unicamente per il riscaldamento degli ambienti;
- il carburante per autotrazione dei mezzi a disposizione per attività di servizio.

I consumi energetici sono composti dalla somma di consumi di combustibili da fonti non rinnovabili (metano), e consumi di energia elettrica da fonti non rinnovabili e fonti rinnovabili da fotovoltaico.

I consumi energetici interni specifici dell'organizzazione, calcolati secondo lo standard di rendicontazione utilizzato (GRI Sustainability Reporting Standard), sono pari a 873,76 GJ, in netta riduzione con i consumi del 2021 (1.117 GJ). Nel 2021 è proseguita l'iniziativa avviata nel 2020 di adozione di un nuovo sistema di illuminazione, interna ed esterna, basato su tecnologia LED (Light Emitting Diode)<sup>11</sup>. Il progetto si è concluso a maggio 2022.

È grazie a questa metodologia, affiancata dall'introduzione dello spegnimento automatico degli impianti, che la società è stata in grado di ridurre in modo drastico i propri consumi.

Per quel che riguarda l'impianto fotovoltaico<sup>12</sup>, ubicato sul tetto del Civico 29, nel 2022 i consumi sono risultati pari a 126 GJ<sup>13</sup>, in aumento rispetto al valore del 2021 del 40%. Si tratta però di una fonte di energia rinnovabile il cui aumento sopperisce alla riduzione positiva dell'utilizzo di fonti non rinnovabili.

<sup>11</sup> Le lampade a LED garantiscono maggiore efficienza energetica, in quanto consumano fino al 90% in meno rispetto alle vecchie lampadine a incandescenza, impiegando in minima parte l'energia consumata da una lampadina a incandescenza o alogena, e generando un flusso luminoso di ben 5 volte superiore. Minimo è anche lo sviluppo di calore. Esse restano fredde anche dopo numerose ore di funzionamento e possono essere alimentate con energie rinnovabili. Contrariamente alle lampadine fluorescenti compatte, inoltre, quelle a LED non contengono elementi tossici come il mercurio potenzialmente dannoso per l'Ambiente.

<sup>12</sup> L'impianto fotovoltaico è stato installato a luglio del 2010. Ha una potenza pari a 33.696 KWp e una superficie captante pari a 600 m<sup>2</sup>.

<sup>13</sup> I consumi dell'impianto fotovoltaico hanno consentito di abbattere 200 ton di CO<sub>2</sub> e sono in grado di ricaricare 9.407 auto elettriche.

Consumi di energia dell'organizzazione (GJ)	2022	2021	2020
<b>Consumi di combustibili non rinnovabili</b>	<b>265</b>	<b>444,5</b>	<b>574,5</b>
Gas naturale (Metano) per riscaldamento	265	444,5	574,5
<b>Energia elettrica</b>	<b>607,92</b>	<b>672,8</b>	<b>712,5</b>
Da fonti non rinnovabili (Civico 29)	388,52	487,2	495,5
Da fonti non rinnovabili (Civico 19)	93,36	108,9	116,6
Da fonti rinnovabili (Civico 29)	126	76,7	100,4
Autoprodotta	0,0	0,0	0,0
<b>Totale</b>	<b>873,8</b>	<b>1.117,2</b>	<b>1.287,0</b>

In particolare, nel 2022, si riscontra una netta riduzione (-40%) dei consumi di gas metano utilizzato per il riscaldamento, con un ammontare pari a 7.408 smc (12.338 smc nel 2021). Per ciò che riguarda l'energia elettrica acquistata nel 2022, si è riscontrato un valore pari a 133.866 kwh, in diminuzione rispetto al dato 2021 (165.583 kwh). Tale riduzione è dovuta a una ottimizzazione dei consumi, anche in considerazione della crisi energetica che ha riscontrato un picco nel 1Q 2022.

### Emissioni di gas a effetto serra (Scope 1)

<b>Scope 1</b>	Le emissioni dirette di gas serra provengono da fonti che sono di proprietà o controllate dall'azienda.
<b>Scope 2</b>	Le emissioni indirette di gas serra derivanti dalla generazione di energia elettrica o termica acquistata dall'azienda.

	Tot GJ	Tot tCO <sub>2</sub> eq
Metano (m <sup>3</sup> )	265,8	14,93

### Emissioni indirette (Scope 2)<sup>14</sup>

Novavision Group, ha calcolato, con riferimento al 2022, le emissioni risultanti dalla generazione di elettricità acquistata o acquisita (Scope 2), attraverso due metodologie:

- la metodologia **location based**, che considera l'intensità media dei fattori di emissione relativi alla generazione di energia per definite aree geografiche;
- la metodologia **market-based**, che considera le emissioni del generatore che un'organizzazione ha intenzionalmente scelto, con forma contrattuale, per l'approvvigionamento energetico.

	Tot kwh	Tot tCO <sub>2</sub> eq
Energia elettrica acquistata (Metodo Location Based)	133.866	32,9
Energia elettrica acquistata (Metodo Market Based)	133.866	61
<b>Totale emissioni dirette Scope 1 + indirette Scope 2 (Metodo LB)</b>		<b>47,9</b>
<b>Totale emissioni dirette Scope 1 + indirette Scope 2 (Metodo MB)</b>		<b>76</b>

<sup>14</sup> Per il calcolo delle emissioni sono stati utilizzati i seguenti strumenti di calcolo e di conversione, riferibili a fonti autorevoli: Terna Confronti Internazionali 2020 (Valore LB) e European Residual Mixes \*AIB 2021\* Agg. 31.05.2022 (Valore MB).

## 6.4 Utilizzo della risorsa acqua

Per quanto riguarda gli uffici, i reparti produttivi e i magazzini, ci approvvigioniamo unicamente di acque ad uso civile, tramite acquedotto pubblico. Le acque approvvigionate sono unicamente per uso potabile e per i servizi igienici. Nei processi produttivi non è impiegata acqua. I quantitativi consumati sono valutati periodicamente, rientrando nei parametri di KPI (Key Performance Indicators) aziendali. Obiettivo è la riduzione del consumo di acqua per minimizzare l'impatto ambientale studiando e implementando processi innovativi e sensibilizzando gli operatori al fine di ridurre l'uso delle risorse idriche.

Consumi di acqua (mc)	2022	2021 <sup>15</sup>	2020
Consumi Civico 29	449	900	1.400
Consumi Civico 19	86	365	744
<b>Totale</b>	<b>535</b>	<b>1.265</b>	<b>2.144</b>

La riduzione dei consumi è dovuta ad una considerevole perdita riscontrata nel 2020 e ripristinata nel 2021.

## 6.5 Gestione dei prodotti chimici

Le nostre attività non prevedono l'uso assiduo di Prodotti Chimici, se non sporadicamente e secondo necessità, e comunque in dosi limitate. Le quantità annuali di consumo sono da considerarsi non significative in riferimento all'Analisi Ambientale e così come confermato nella valutazione e nella redazione del DVR (Documento di Valutazione dei Rischi) aziendale. Operiamo nel rispetto assoluto delle più restrittive legislazioni internazionali applicabili in materia di sostanze chimiche pericolose o potenzialmente pericolose, tra cui il regolamento europeo REACH<sup>16</sup>. I prodotti chimici utilizzati, infine, sono stoccati secondo quanto previsto dalle Schede di Sicurezza e rivalutati a fronte delle release Reach e inserite nel DVR aziendale.

<sup>15</sup> Nella tabella è stato rettificato il dato relativamente al Civico 29 (354 mc) riportato nel Bilancio 2019, precedentemente stimato.

<sup>16</sup> Il REACH è un regolamento dell'Unione europea, adottato per migliorare la protezione della salute umana e dell'ambiente dai rischi che possono derivare dalle sostanze chimiche, aumentando al contempo la competitività dell'industria chimica dell'UE. Esso promuove anche metodi alternativi per la valutazione dei pericoli che possono derivare dalle sostanze, allo scopo di ridurre il numero delle sperimentazioni condotte sugli animali.

## 6.6 Emissioni in atmosfera

Le principali emissioni legate alle nostre attività derivano da "processi gestiti direttamente" (gas di scarico prodotti dagli automezzi utilizzati) e "processi gestiti indirettamente" (gas di scarico prodotti dagli automezzi utilizzati da fornitori e terzisti per il servizio trasporto di materie prime, semilavorati e prodotti finiti). Per i processi gestiti direttamente adottiamo un approccio gestionale che mira a tenere sotto controllo le attività onde evitare problematiche ambientali.

Emissioni CO <sub>2</sub> da trasporti (automezzi in car pooling) (ton CO <sub>2</sub> ) <sup>17</sup>	2022	2021	2020
Emissioni autoveicoli	11	11,3	5,6
<b>Totale</b>	<b>11</b>	<b>11,3</b>	<b>5,6</b>

Il dato del 2022 risulta in linea con il dato 2021, evidenziando l'impegno della Società nel rendicontare.

Altre possibili fonti d'inquinamento che intendiamo valutare e tenere sotto controllo sono gli impianti termici e di climatizzazione. Per entrambi viene eseguita la prevista manutenzione annuale da Società esterne autorizzate. Le registrazioni disponibili evidenziano il livello di controllo di tali impianti, i quali non hanno sino ad ora arrecato alcun particolare problema o anomalia nelle prove di combustione e di gas fluorurati.

Infine, altro fattore che teniamo in considerazione (processi gestiti indirettamente), è il consumo di carburante da parte degli automezzi dei fornitori e terzisti per il servizio trasporto di materie prime, semilavorati e prodotti finiti per i quali non è al momento disponibile il dato delle emissioni.

<sup>17</sup> Per il calcolo delle emissioni CO<sub>2</sub> è stato usato il fattore di conversione 150 gr di CO<sub>2</sub>/Km.

## 6.7 Gestione dei rifiuti

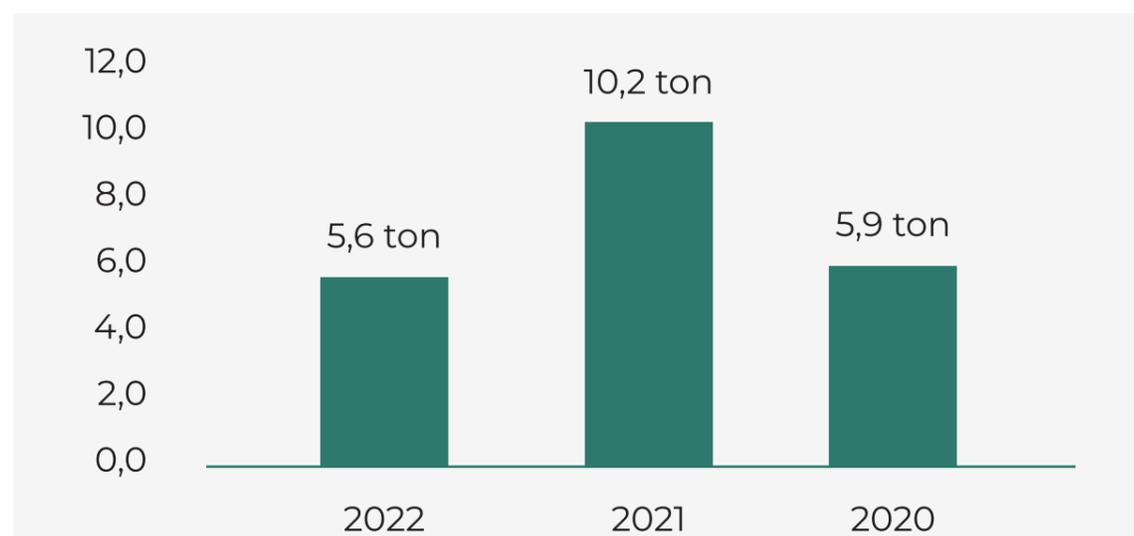
I rifiuti prodotti da Novavision Group S.p.A. sono assimilabili a due categorie: **rifiuti industriali, e rifiuti assimilabili a urbani** per i quali si è introdotta una puntuale raccolta differenziata in conformità a quanto stabilito dal Piano di Raccolta Differenziata del Comune di Misinto (MB), in particolare: carta, alluminio, plastica, acciaio, indifferenziato, umido, vetro, toner, RAEE, pile, neon.

I rifiuti industriali sono stati mappati anticipatamente e collocati nei relativi CER (Catalogo Europeo dei Rifiuti).

Rifiuti industriali prodotti (ton) <sup>18</sup>	2022	2021	2020
Carta e Cartone	5,58	10,18	5,9
Legno	62,36	33,16	57,14
Misti	36,68	67,52	69,32
Ferro e Acciaio	50,46	21,36	24,5
RAEE Pericolosi	0,46	-	-
RAEE	1,42	-	-
Cosmetici	1,38	-	-
Toner	0,5	-	-
<b>Totale</b>	<b>158,39</b>	<b>132,22</b>	<b>156,86</b>

Da evidenziare la netta riduzione di consumo di carta e cartone nel passaggio dal 2021 al 2022 (-45%), con un ammontare complessivo che risulta in linea rispetto ai valori del 2020 (5,9 ton). Questo è il risultato del progetto Gaia **NO PRINT PLS!**, con il quale Novavision monitora il suo ambiente stampa con l'obiettivo di ridurre al minimo l'utilizzo di carta e toner all'interno dei suoi stabilimenti.

### CARTA E CARTONE



<sup>18</sup> Nel 2022 complessivamente il totale di rifiuti prodotti risulta in aumento rispetto al 2021. Questo dato è influenzato, però, dalla rendicontazione dei valori relativi a nuove categorie di rifiuti prodotti (Kg): RAEE, RAEE pericolosi, Cosmetici, Toner.

## 6.8 Il Progetto Gaia

Il Progetto Gaia rappresenta il nostro percorso di sviluppo sostenibile, che consiste in una serie di iniziative e partnership studiati per assicurare alla nostra azienda il soddisfacimento dei suoi bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri.



Il progetto prende il nome dalla dea primordiale Gaia.

Gaia, era così che gli antichi greci chiamavano la terra, non uno spettacolare pianeta del sistema solare, ma una divinità, una donna generatrice. Passarono molti secoli e il concetto di Terra, inteso come unico organismo di vita ritornò a far parlare di sé con l'Ipotesi Gaia, negli anni '70, secondo la quale gli organismi viventi sulla Terra interagiscono con le componenti inorganiche circostanti per formare un complesso sistema sinergico e autoregolante che aiuta a mantenere e perpetuare le condizioni per la vita sul pianeta.

Nel 2021, abbiamo deciso di associare il nostro progetto di sostenibilità a quella figura mitologica prima, a quel perfetto equilibrio di vita poi.

La bellezza del pianeta prima di tutto. Crediamo che la bellezza possa salvare il mondo, che l'unione fa sempre la forza e che la potenza del gruppo è sempre superiore a quella del singolo: crediamo nel progetto Gaia, il percorso sostenibile di Novavision Group S.p.A. dalla quale siamo nati e con la quale ci uniamo per la salvaguardia della nostra cara terra.

### YOBO



La borraccia intelligente per ridurre lo spreco aziendale di materiale plastico

### NO PRINT PLS!



Ridurre l'utilizzo di carta e toner per la stampa all'interno dello stabilimento

### A BREAK FOR THE PLANET



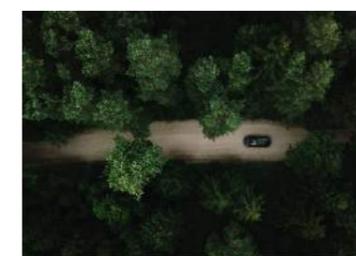
Utilizzo di kit monouso sostenibile per la pausa caffè (stecchette in legno, ecotaz-zine e cialde compostabili)

### BE GOOD PACK



Utilizzo di packaging nobili e contemporaneamente ecosostenibili

### ELECTRIC CARS



La conversione del proprio parco automezzi al mondo elettrico cars

### L'ENERGIA BUONA



Impiegare sempre più energia rinnovabile

## I progetti attivi di Gaia

**YOBO Your Novavision Bottle.** Novavision ha avviato il progetto Yobo, la borraccia intelligente utile per ridurre al minimo lo spreco aziendale di materiale plastico: eviteremo di immettere nell'ambiente circa 375 kg di PET ogni anno i cui tempi di decomposizione sono tra i 100 e i 1000 anni.

**NO PRINT PLS!** È il progetto Gaia con il quale la Novavision monitora il suo ambiente stampa con l'obiettivo di ridurre al minimo l'utilizzo di carta e toner all'interno dei suoi stabilimenti.

Il progetto, nato nel 2020, si basa su una specifica politica aziendale che regola i criteri interni di utilizzo delle stampanti e, grazie all'utilizzo di uno specifico software il progetto permette di ottenere vantaggi in termini di organizzazione del lavoro e di raccolta dati.

Solo gli utenti che eseguono l'autenticazione potranno accedere ai dispositivi con specifici permessi, monitorando i propri target di stampa e di utilizzo delle risorse (carta/inchiostro).

La componente più preziosa del progetto, ai fini del raggiungimento dell'obiettivo, è sicuramente la raccolta e l'analisi dei dati dei consumi interni. Riusciamo, infatti ad ottenere ogni mese report dettagliati in base ai consumi dei singoli utenti/uffici/reparti per determinare l'allocazione dei costi (per il bilancio sostenibile), i consumi, l'utilizzo e l'efficienza dell'ambiente di stampa.

L'impiego di carta "Green Tree" da maggio 2021, arricchisce ulteriormente il progetto indirizzato alla:

Conservazione della Biodiversità;

Foreste Gestite Responsabilmente;

Riduzione dell'uso di risorse della produzione del prodotto.

L'obiettivo che ci si era posti per il 2022 consisteva nella riduzione al minimo di stampa e dell'uso della carta anche per tutte le attività legate al marketing e alla promozione, impiegando sempre più strumenti digitali che permetteranno di visionare tutto il materiale informativo necessario e, allo stesso tempo, ridurre il materiale cartaceo distribuito.

Così è stato: siamo riusciti a **ridurre il consumo di carta e cartone del 45%**.

**A BREAK FOR THE PLANET!** Una buona pausa caffè aiuta il benessere psicofisico del lavoratore, ne stimola la creatività e ne aumenta l'efficienza, e... negli uffici Novavision aiuta anche l'ambiente. Come? Con un nuovo progetto firmato Gaia "A break for the planet!". L'azienda ha infatti sostituito l'intero kit monouso della preziosa pausa caffè con uno interamente ecosostenibile (stecchette in legno, eco tazzine, bicchieri monomaterici in carta, utilizzo esclusivo di cialde 100% compostabili).

**BE GOOD PACK** Intendiamo produrre e commercializzare in tutti il mondo device ed accessori con packaging nobili e contemporaneamente ecosostenibili è stato oggetto di studio del nostro team per mesi.

Anche in questo caso seguendo il piano Plan-Do-Check-Act siamo riusciti a ottimizzare risorse, prediligendo packaging monomaterici, selezionando pochi modelli di scatole capaci di contenere il maggior numero di prodotti/accessori di produzione e, con l'acquisto di una macchina lasercut, e personalizzare tutti i distanziatori interni alle confezioni, realizzati in cartone microonda.

### Arricchiscono il Progetto A BREAK FOR THE PLANET!

L'impiego di materiale "FSC Misto" e "FSC Riciclato" indirizzato alla:

- Conservazione della Biodiversità;
- Foreste Gestite Responsabilmente;
- Riduzione dell'uso di risorse della produzione del prodotto.

L'utilizzo di "Film Termoretraibile Green Film Bio" indirizzato alla:

- Conservazione della Biodiversità;
- Riduzione dell'uso di risorse della produzione del prodotto.

L'utilizzo di "Pallet Pressati", oltre ad essere vantaggiosi in quanto riducono notevolmente i costi di stoccaggio e di trasporto, garantiscono il massimo rispetto dell'Ambiente in quanto:

- è un prodotto riciclabile ottenuto da scarti di legno;
- hanno una naturale decomposizione biologica;
- vengono utilizzati come additivo per il terreno favorendo la crescita delle piante.

**ELECTRIC CARS** Nel 1867 il primo veicolo a trazione elettrica viene presentato all'Esposizione Universale di Parigi, eppure è soltanto negli ultimi anni che le grandi case automobilistiche promuovono al grande pubblico modelli elettrici o ibridi. Il progetto Gaia non poteva non sfruttare le potenzialità di questo settore, decidendo di convertire il 100% del proprio parco automezzi aziendale al mondo elettrico entro il 2030.

Presso la sede di Misinto, nel 2021 sono state installate due stazioni di ricarica, con l'obiettivo di installarne altre due a disposizione sia dei dipendenti sia degli ospiti di Novavision.

**L'ENERGIA BUONA** Più lavoriamo al progetto Gaia, più ci accorgiamo che ogni sforzo dedicato allo sviluppo sostenibile viene sempre ricompensato. Il progetto Fotovoltaico ne è un esempio lampante: è dall'apertura dei nostri impianti che i nostri stabilimenti vengono alimentati esclusivamente con energia rinnovabile, teniamo costantemente sotto controllo l'energia/prodotta e consumata grazie ad un contatore in tempo reale. Sono risultati dei quali andiamo molto fieri! Quali sono i PLUS che otteniamo ogni giorno dai nostri pannelli fotovoltaici oltre alla tutela ambientale?

- la compatibilità con esigenze architettoniche della nostra sede;
- nessun inquinamento acustico, elemento fondamentale per permettere ai nostri dipendenti di lavorare in un ambiente confortevole;
- un risparmio notevole di combustibile fossile;
- e soprattutto la possibilità di produrre energia elettrica senza emissioni di inquinanti.

A background image of green leaves with a white number 7.

7

## Indice contenuti GRI

# Indice dei contenuti GRI

<b>STATEMENT OF USE</b>	Novavision Group S.p.A. ha redatto la presente informativa non finanziaria "with reference" con i GRI Standards per il periodo dal 01.01.2022 al 31.12.2022.
<b>GRI 1</b>	GRI 1: Foundation 2021

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD		RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	RAGIONI DI OMISSIONE
<b>GENERAL DISCLOSURES</b>			
<b>GRI 2: General Disclosures 2021</b>	<b>2-1</b>	Dettagli organizzativi	1.1, 1.3, 2.2
	<b>2-2</b>	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota Metodologica
	<b>2-3</b>	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota Metodologica
	<b>2-4</b>	Restatements di informazioni	Nota Metodologica
	<b>2-5</b>	Assurance esterna	Nota Metodologica
	<b>2-6</b>	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	1.1, 1.3, 3.2, 3.3, 3.4, 5.1
	<b>2-7</b>	Dipendenti	4.1
	<b>2-8</b>	Lavoratori non dipendenti	4.1
	<b>2-9</b>	Struttura e composizione della governance	2.1, 2.2
	<b>2-10</b>	Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.1
	<b>2-11</b>	Presidente del più alto organo di governo	2.1
	<b>2-12</b>	Ruolo del più alto organo di governo nella supervisione degli impatti	1.6, 1.8, 2.5
	<b>2-15</b>	Conflitto di interessi	1.4, 1.5
	<b>2-16</b>	Comunicazione delle criticità	2.1
	<b>2-17</b>	Conoscenza collettiva del più alto organo di governo	2.1, 2.3
	<b>2-18</b>	Valutazione delle prestazioni del massimo organo di governo	2.1, 2.3

<b>GRI 2: General Disclosures 2021</b>	<b>2-22</b>	Statement sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli Stakeholder	
	<b>2-26</b>	Meccanismi di consultazione ed espressione di dubbi	2	
	<b>2-27</b>	Inosservanza delle leggi e dei regolamenti in materia ambientale		Non vi sono mai stati casi di inosservanza
	<b>2-28</b>	Associazioni	5.6	
	<b>2-29</b>	Approccio di stakeholder engagement	2.5, 2.6	
<b>TEMI MATERIALI</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	<b>3-1</b>	Processo per la determinazione dei temi materiali	Materialità	
	<b>3-2</b>	Lista dei temi materiali	Materialità	
<b>CRESCITA ECONOMICA E SOLIDITÀ FINANZIARIA</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	<b>3-3</b>	Modalità di gestione dei temi materiali	3.1	
<b>GRI 201: Performance economiche 2016</b>	<b>201-1</b>	Valore economico direttamente generato e distribuito	3.1	
<b>GRI 203: Impatti economici indiretti 2016</b>	<b>203-1</b>	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	3.1	
	<b>203-2</b>	Impatti economici indiretti significativi	1.7, 1.8, 3	
<b>GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016</b>	<b>204-1</b>	Proporzione di spesa verso fornitori locali	3.3	
<b>INTEGRITÀ ED ETICA DEL BUSINESS</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	<b>3-3</b>	Modalità di gestione dei temi materiali		
<b>GRI 205: Anticorruzione 2016</b>	<b>205-1</b>	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione		Non sono stati riscontrati rischi di corruzione
	<b>205-2</b>	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione		Al momento non sono state attivate politiche e procedure anticorruzione
	<b>205-3</b>	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese		Nessun caso di corruzione

GOVERNANCE RESPONSABILE				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	<b>3-3</b>	Modalità di gestione dei temi materiali		
<b>GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale 2016</b>	<b>206-1</b>	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche		Nessuna azione legale
<b>GRI 302: Energia 2016</b>	<b>302-1</b>	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	6.3	
	<b>302-4</b>	Riduzione del consumo di energia	6.1, 6.2, 6.3	
<b>GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018</b>	<b>303-1</b>	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	6.4	
	<b>303-2</b>	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua		Non vi sono tali fonti di prelievo
<b>GRI 305: Emissioni 2016</b>	<b>305-5</b>	Riduzione delle emissioni di GHG	6.6	
GESTIONE DEI RIFIUTI				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	<b>3-3</b>	Modalità di gestione dei temi materiali	6.4, 6.7	
<b>GRI 306: Rifiuti 2020</b>	<b>306-1</b>	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	6.4	
	<b>306-2</b>	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	6.7	
	<b>306-3</b>	Rifiuti prodotti		Non ci sono sversamenti
<b>GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016</b>	<b>308-1</b>	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	3.3	
WELFARE E BENESSERE SOCIO-ORGANIZZATIVO				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	<b>3-3</b>	Modalità di gestione dei temi materiali	4.2, 4.7	
<b>GRI 401: Occupazione 2016</b>	<b>401-1</b>	Assunzioni e turnover	4.2	
	<b>401-2</b>	Benefit per i dipendenti full-time che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part time	4.7	
	<b>401-3</b>	Congedo parentale	4.7	Non si sono riscontrate richieste di congedi parentali

SALUTE E SICUREZZA					
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	<b>3-3</b>	Modalità di gestione dei temi materiali	4.6		
<b>GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018</b>	<b>403-2</b>	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4.6		
	<b>403-3</b>	Servizi di medicina del lavoro		Non vi è alto rischio di infortunio o di malattia professionale	
	<b>403-4</b>	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro		Informazione non riportata	
	<b>403-5</b>	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4.6		
	<b>403-9</b>	Infortuni sul lavoro	4.6		
	<b>403-10</b>	Malattie professionali	4.6		
	<b>404-1</b>	Ore medie di formazione annua per dipendente	4.4		
	<b>404-2</b>	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	4.4		
	<b>GRI 404: Formazione e istruzione 2016</b>				
TUTELA DEL CAPITALE UMANO					
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	<b>3-3</b>	Modalità di gestione dei temi materiali	4.3, 2.2		
<b>GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016</b>	<b>405-1</b>	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	4.3, 2.2		
<b>GRI 406: Non discriminazione 2016</b>	<b>406-1</b>	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Non sono stati riscontrati episodi di discriminazione	
<b>GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva 2016</b>	<b>407-1</b>	Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio		Nessun rischio	
<b>GRI 408: Lavoro minorile 2016</b>	<b>408-1</b>	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile		Nessun rischio	
<b>GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio 2016</b>	<b>409-1</b>	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio		Nessun rischio	

<b>GRI 410: Pratiche per la sicurezza 2016</b>	<b>410-1</b>	Personale addetto alla sicurezza formato sulle politiche o procedure riguardanti i diritti umani	4.6	
<b>GRI 411: Diritti dei popoli indigeni 2016</b>	<b>411-1</b>	Episodi di violazione dei diritti dei popoli indigeni		Nessuna violazione dei diritti della comunità locale
<b>GRI 413: Comunità locali 2016</b>	<b>413-1</b>	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	5.6, 5.7	
	<b>413-2</b>	Attività con impatti negativi, potenziali e attuali significativi sulle comunità locali	5.6, 5.7	
<b>GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016</b>	<b>414-1</b>	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali	3.3, 3.4	
	<b>414-2</b>	Impatti sociali negativi sulla catena di fornitura e azioni intraprese	3.2	
<b>GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016</b>	<b>416-1</b>	Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	5.4	
	<b>416-2</b>	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi		Nessun episodio di non conformità
<b>QUALITÀ DEI PRODOTTI E AFFIDABILITÀ DEI PRODOTTI</b>				
<b>GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016</b>	<b>417-1</b>	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	1.8	
	<b>417-2</b>	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Nessun caso di non conformità
	<b>417-3</b>	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing		Nessun caso di non conformità
<b>GRI 418: Privacy dei clienti 2016</b>	<b>418-1</b>	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti		Nessun reclamo pervenuto
<b>INNOVAZIONE E R&amp;D</b>				
<b>GRI 3: Temi materiali 2021</b>	<b>3-3</b>	Modalità di gestione dei temi materiali	1.7	

#### NOVAVISION GROUP PER L'AMBIENTE

Il presente Bilancio di Sostenibilità è realizzato secondo le Politiche Ambientali di Novavision Group, in particolare viene impiegata carta conforme ai criteri ecologici EU ECOLABEL e FSC.



**Novavision Group S.p.A.**

Via dei Guasti, 19/29 - 20826 Misinto (MB) Milan - Italy  
☎ +39 02 967 202 40 | ✉ info@novavision.net | 🌐 www.novavision.net

*designed by* **av**communication



[novavision.net](http://novavision.net)