



Daiichi-Sankyo

SustainAbility

REPORT FY 2024 - 2025



INTRODUZIONE

Integrazione dei criteri ESG nella strategia aziendale

Daiichi Sankyo ha intrapreso un percorso volto a integrare in modo strutturale i criteri **Environmental, Social e Governance (ESG)** nella propria strategia aziendale, affiancando all'impegno nello sviluppo di farmaci e soluzioni innovative una visione orientata alla sostenibilità di lungo periodo.

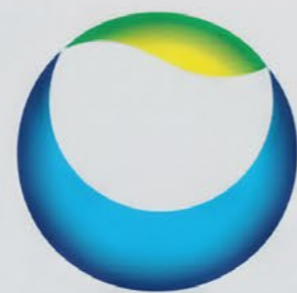
L'Azienda ritiene che un approccio sostenibile e responsabile rappresenti un fattore determinante per supportare una crescita dinamica, resiliente e duratura, contribuendo al progresso della società e alla **creazione di valore condiviso per tutti gli stakeholder**.

Cultura aziendale e comportamenti responsabili

Il nostro impegno verso la sostenibilità si fonda sul rafforzamento di una **cultura aziendale ispirata ai valori di responsabilità, innovazione e integrità**, che guidano le nostre scelte strategiche e le attività operative quotidiane. Centrale in questo percorso è la promozione di **comportamenti coerenti e consapevoli**, capaci di tradurre i valori in azioni concrete.

Particolare attenzione è rivolta alla **valorizzazione della diversità e alla promozione dell'inclusione**, considerate leve fondamentali per favorire un ambiente di lavoro equo, stimolante e rispettoso delle persone. Questo impegno si riflette nell'adozione di **pratiche aziendali responsabili**, orientate al rispetto degli individui, delle comunità e dell'ambiente in cui Daiichi Sankyo opera.

In questo report sono elencate le iniziative ed i progetti intrapresi da Daiichi Sankyo Italia nei FY 2024 e 2025 nell'area Welfare e Sociale e in quella Ambientale



Daiichi-Sankyo

SustainAbility Report

FY 2024 - 2025

Guida al sommario interattivo

È possibile collegarsi automaticamente ai link indicati e trovare l'argomento preferito con un solo click sulla relativa voce di menù.

Legenda voci interattive:

- **Sommario**
- **Siti web**

BUONA LETTURA!

SOMMARIO

interattivo

AREA WELFARE E SOCIALE

- [AmpiaMente](#)
- [LGBTQ+Alliance in Pharma](#)
- [Webinar interno: Violenza di genere](#)
- [Webinar interno: Salute mestruale e patologie invisibili](#)
- [Percorso formativo Bollino Health Friendly Company](#)
- [Campagna prevenzione cardiovascolare Il tuo cuore nelle tue mani](#)
- [Partnership con Wellhub](#)

AREA AMBIENTE

- [Fornitura interna assorbenti sostenibili this Unique](#)
- [Iniziativa interna "Dona i tuoi Abiti"](#)
- [Cibo, sostenibilità e prevenzione](#)
- [Foresta Daiichi Sankyo Italia](#)
- [Riduzione delle emissioni di CO²](#)



WELFARE E SOCIALE

*“La saggezza
è saper stare
con la differenza
senza voler eliminare
la differenza”*

Gregory Bateson
antropologo e sociologo



**UN MODELLO DI BUSINESS
CHE METTE AL CENTRO LE
PERSONE E ABBRACCIA TUTTE
LE DIVERSITÀ**

Con **AmpiaMente**, **Daiichi Sankyo Italia** conferma la propria volontà di costruire un modello di impresa in cui innovazione scientifica e responsabilità sociale procedono insieme. Questo impegno si inserisce nella Vision 2030 del Gruppo Daiichi Sankyo, che mira a diventare una global healthcare company innovativa che contribuisce allo sviluppo sostenibile della società, non solo attraverso terapie all'avanguardia, ma anche attraverso un approccio ampio che valorizza le persone, le comunità e il territorio.

Il focus è sulle **neurodiversità**, con workshop di inclusive mindset, esperienze immersive, programmi di mentoring intergenerazionale ed inserimenti lavorativi dedicati a persone con **disturbi dello spettro autistico**.

Nato in Italia, **AmpiaMente** rappresenta un approccio culturale e organizzativo che guarda alle persone nella loro interezza, riconoscendo il valore di ogni esperienza e capacità. Il progetto si fonda sull'idea che il linguaggio, le relazioni e le pratiche aziendali possano diventare strumenti di apertura e convivenza, favorendo il superamento di barriere culturali, generazionali e sociali.

Un'attenzione particolare è rivolta all'inserimento e alla valorizzazione delle persone con disturbi dello spettro autistico. Un impegno che risponde a una sfida sociale urgente: in Italia oltre mezzo milione di giovani sotto i 20 anni convive con l'autismo (secondo il Global Burden of Diseases, Injuries, and Risk Factors Study (GBD) 2021, The Lancet Psychiatry), ma solo il 20% trova occupazione (dati Istat). Le difficoltà legate alla comunicazione, alla sensibilità agli stimoli ambientali o alla flessibilità nei cambiamenti possono essere affrontate e trasformate in punti di forza. L'esperienza in Daiichi Sankyo lo dimostra: precisione, affidabilità, creatività e capacità analitiche tipiche delle persone neurodivergenti stanno arricchendo i team aziendali e contribuendo a un ambiente innovativo dove le differenze sono parte del tutto.

[Link](#) al video sul progetto.



Ampia Mente

**PERCHÉ “AMPIAMENTE”: IL
LINGUAGGIO COME PRIMO
SPAZIO DI INCLUSIONE**

Il progetto parte da una scelta precisa di linguaggio.

L'idea è che un “linguaggio ampio” possa abbracciare differenze legate a **sexso biologico, identità di genere, orientamento affettivo e sessuale, etnia, religione, disabilità, neurodivergenza ed età.**

La scelta del nome sottolinea come **ampliare gli orizzonti linguistici** significhi spesso **ampliare anche quelli culturali e relazionali**, con ricadute dirette sul clima interno e sulla collaborazione tra colleghi.



AmpiaMente non è solo un manifesto di intenti, ma si traduce in azioni concrete che rafforzano la cultura aziendale e incidono sul tessuto sociale



TRA LE INIZIATIVE GIÀ AVVIATE:

- **Workshop di inclusive mindset** con percorsi formativi rivolti ai dipendenti per stimolare consapevolezza, collaborazione e superamento dei pregiudizi.
- **Esperienze immersive** e partecipazione a eventi culturali e sportivi sul tema della disabilità, utili a promuovere empatia e confronto diretto.
- **Inserimenti lavorativi mirati**, con l'accoglienza di colleghi con neurodivergenze nei dipartimenti HR e Servizi Generali, grazie anche al supporto di servizi dedicati al lavoro delle persone con disabilità.
- Percorsi per la **collaborazione intergenerazionale**, per incentivare il knowledge sharing e l'apprendimento congiunto tra lavoratori con esperienze e seniority diverse
- Progetti ed attività di formazione e informazione interna per promuovere maggiore consapevolezza sui **temi LGBTQ+**, abbattere bias consci e inconsci, e creare un ambiente di lavoro aperto e accogliente

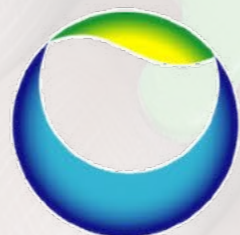
L'approccio AmpiaMente ha ottenuto il riconoscimento come **“Migliori esperienze aziendali”** in occasione della Giornata Nazionale Sicurezza Salute e Sviluppo Sostenibile del 2025 istituita da Federchimica, Farmindustria e le Organizzazioni Sindacali confederali di settore . Maggiori dettagli disponibili a questo [LINK](#)



LGBTQ+ ALLIANCE in Pharma

I dati raccolti dalla **Rainbow Map 2025 di ILGA Europe** hanno messo in luce quanto lavoro ci sia ancora da fare per poter garantire gli standard di uguaglianza già raggiunti da molti altri Paesi europei. Con questo obiettivo nasce **LGBTQ+ Alliance in Pharma**, progetto pilota promosso da Bristol Myers Squibb Italia, al quale abbiamo aderito e sviluppato con altre aziende del settore farmaceutico, Novartis Italia, Pfizer srl, Takeda Italia e Gilead Sciences Italia. Questa prima alleanza tra aziende farmaceutiche, ha l'obiettivo di lavorare su consapevolezza, superamento dei bias e promozione di politiche inclusive negli ambienti di lavoro. LGBTQ+ Alliance in Pharma ha redatto un Manifesto, contenente tre importanti obiettivi che le aziende promotrici e aderenti si prefiggono di raggiungere entro i prossimi due anni.

Aziende promotrici:



NOVARTIS



Aziende aderenti:



Daiichi-Sankyo

RAINBOWMAP



- MALTA 89
- BELGIUM 85
- ICELAND 84
- DENMARK 80
- SPAIN 78
- FINLAND 70
- GREECE, GERMANY, NORWAY 69
- LUXEMBOURG 68
- PORTUGAL 67
- SWEDEN 66
- NETHERLANDS 64
- IRELAND 63
- FRANCE 61
- AUSTRIA 54
- SLOVENIA, SWITZERLAND 50
- MONTENEGRO, CROATIA 49
- ESTONIA, UNITED KINGDOM 48
- ANDORRA 43
- BOSNIA HERZEGOVINA 40
- MOLDOVA 38
- CZECHIA 35
- NORTH MACEDONIA, LIECHTENSTEIN 29
- SLOVAKIA 27
- LATVIA 26
- ITALY, LITHUANIA 24
- HUNGARY 23
- BULGARIA, POLAND 21
- UKRAINE, ROMANIA 19
- SAN MARINO 15
- MONACO 14
- GEORGIA 12
- BELARUS 10
- ARMENIA 9
- TURKEY 5
- AZERBAIJAN, RUSSIA 2

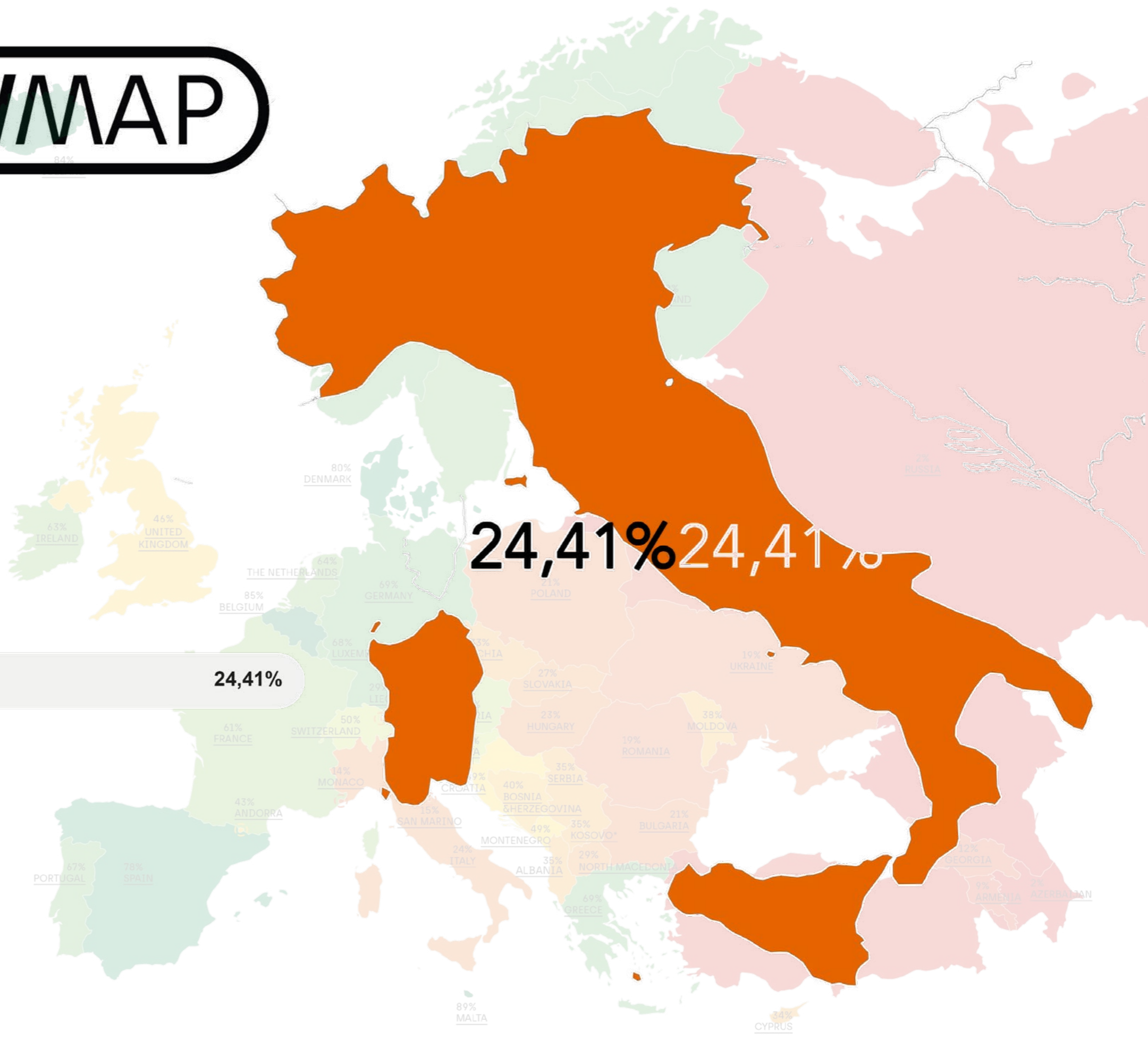
---- IT 2024 - 25,41%

2025 - Italia - 35° posizione

24,41%

Europa - 41,85%

Unione Europea - 51,13%



24,41% 24,41%



LGBTQ+ ALLIANCE in Pharma

Progetto pilota innovativo promosso da Bristol Myers Squibb Italia
Nasce la prima alleanza nel settore farmaceutico italiano sulle tematiche LGBTQ+ per:

- **umentare** la consapevolezza e stimolare il confronto
- **condividere** best practices e promuovere obbiettivi comuni raccolti in questo manifesto
- **ispirare** altre realtà aziendali ad avviare percorsi dedicati in materia di temi LGBTQ+

MANIFESTO: GLI OBIETTIVI

1 Promuovere una cultura condivisa sui temi LGBTQ+ attraverso l'alfabetizzazione e l'abbattimento dei bias consci e inconsci, andando a stimolare una maggiore consapevolezza nella popolazione aziendale

2 Sostenere le associazioni che si occupano di temi LGBTQ+, con un impatto positivo e concreto sulla Comunità LGBTQ+

3 Sviluppare e promuovere politiche inclusive ed eque volte alla valorizzazione delle persone appartenenti alla Comunità LGBTQ+ all'interno delle organizzazioni

LE PRINCIPALI SFIDE

- Aumentare l'awareness sulla tematiche LGBTQ+ nelle nostre realtà
- Avere un impatto positivo sul contesto esterno
- Promuovere pratiche che favoriscano l'autenticità sul luogo di lavoro

Il Manifesto integrale è visibile a questo [link](#).



Supporting International Women's Day



International
Women's Day

#GiveToGain
#IWD2026

INTERNATIONAL WOMEN DAY: Webinar Contrasto alla Violenza di Genere, Salute Mestruale e Malattie Invisibili

Sin dai primi anni, il crescente movimento internazionale delle donne, rafforzato dalle conferenze mondiali delle Nazioni Unite, ha costituito il cardine per il sostegno dei diritti delle donne e la loro partecipazione nel contesto politico-economico.

Ancora troppo spesso però questi diritti vengono violati. Una recente indagine Istat Sicurezza delle donne del 2025 fotografa una cruda realtà.

Sono circa 6 milioni e 400mila le donne italiane di età compresa tra i 16 e i 75 anni ad avere subito almeno una violenza fisica o violenza sessuale nel corso della vita, e quindi pari al 31,9% della popolazione femminile. I numeri, essenzialmente stabili rispetto al 2014, convalidano la fissità di un fenomeno che non sembra abbassare la guardia.

Come azienda attenta e sensibile a questo tema, abbiamo deciso di organizzare un webinar Contrasto alla violenza di genere con la dott.ssa Annalisa Valsasina, Psicoterapeuta e Consulente DE&I, che si è tenuto il giorno 2 marzo dalle ore 16 alle 17:30, dove sono stati affrontati diversi temi legati alle forme di violenza, ai fattori culturali, alle dinamiche e ai segnali, all'impatto e alla prevenzione.

In questa importante ricorrenza, non abbiamo dimenticato il ruolo delle **donne come caregiver**. Circa il 13,5% della popolazione italiana è un caregiver familiare, di cui il 58% sono donne (dati ISTAT) che, sempre più spesso si fanno carico in maniera preponderante del lavoro di assistenza e cura all'interno delle famiglie. Questo impegno costante e spesso gravoso ha un impatto diretto e profondo sulla loro salute pesando spesso sulla rinuncia a visite, segno di un carico di cura che riduce la possibilità di prendersi cura di sé.

In occasione di questa giornata, abbiamo deciso di dedicare anche uno spazio alla salute femminile, pianificando il webinar **Salute mestruale e Malattie Invisibili** con la dott.ssa Anita Fortunato, Ostetrica ed educatrice sessuale, che è tenuto l'11 marzo dalle ore 16 alle 17:30, dove parleremo delle patologie invisibilizzate (endometriosi, vulvodinia) degli esami e della prevenzione.

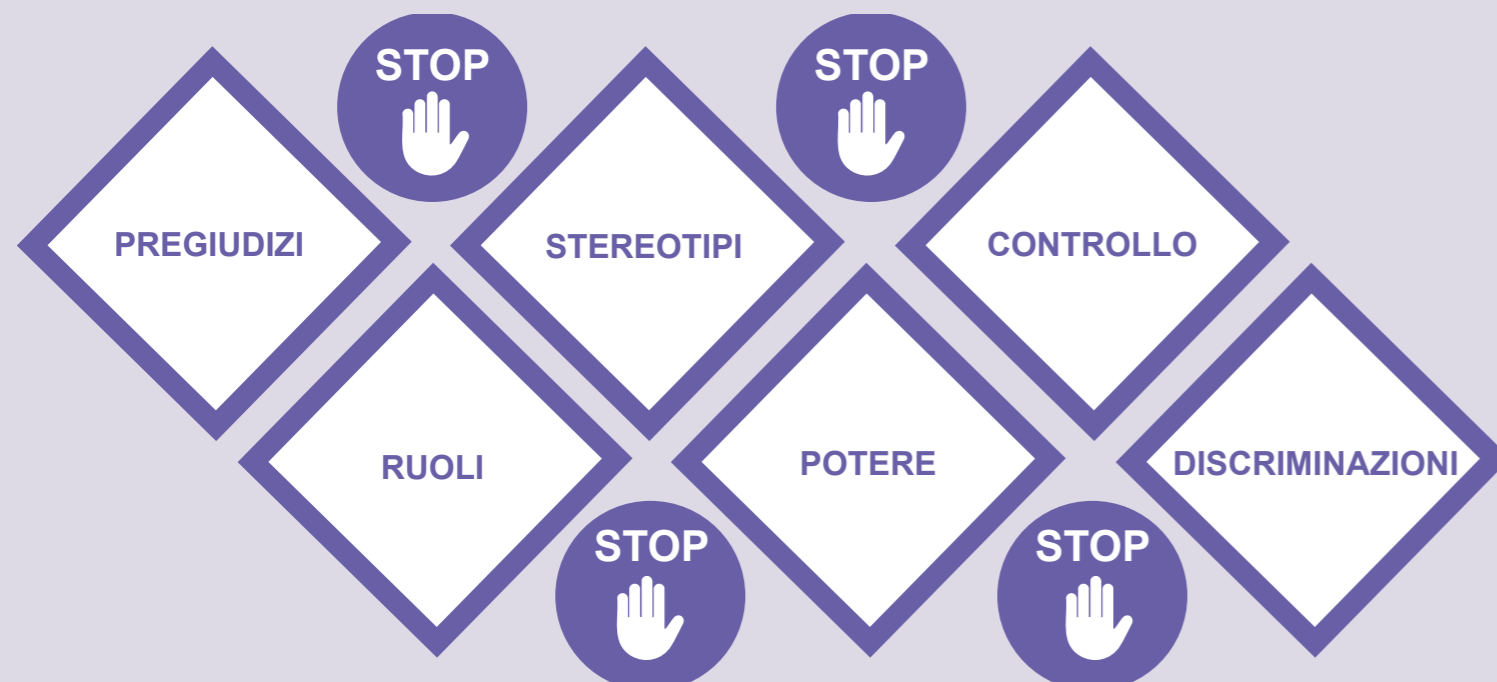
VIOLENZA DI GENERE

Webinar live con la dott.ssa Annalisa Valsasina

2 marzo 2026

ARGOMENTI TRATTATI:

- **Cosa si intende con violenza di genere**, tra stereotipi e realtà: le sue manifestazioni, visibili e invisibili, la sua diffusione.
- **I fattori culturali e sociali della violenza** e come il maschile e il femminile entrano in gioco.
- **Quanto e come la violenza di genere ci riguarda** e il contributo individuale nella **prevenzione e contrasto** del fenomeno



Nel corso del webinar, tenuto il 2 marzo 2026 dalla **Dott.ssa Annalisa Valsasina**, il tema della violenza di genere è stato affrontato ed analizzato in tutte le sue declinazioni: dalla **violenza psicologica**, alla **violenza sessuale**, dalla **violenza fisica** a quella **economica**.

I **dati** della violenza di genere riferiscono numeri tutt'altro che rassicuranti:

- Il **31,5%** delle donne in Italia dichiara una qualche forma di violenza **fisica e sessuale** nel corso della sua vita (fonte Istat).
- Il **28%** di chi subisce violenza da parte del partner **non parla con nessuno** della violenza subita.
- Oltre la metà delle donne maltrattate dichiara di aver subito per anni prima di recarsi in un **Centro Antiviolenza**.

Nei primi mesi del 2024, si è verificato un aumento dell' **83,5%** di chiamate al **numero 1522 contro violenza e stalking**, per un totale di **17,780** chiamate. Le donne che si rivolgono ai CAV sono così distribuite:

- Il **18,2%** disoccupate (quasi una donna su tre è a reddito zero)
- Il **40,3%** occupate
- Il **4,9%** casalinghe
- Il **6,4%** studentesse
- Il **8,5%** precarie
- Il **3,7%** pensionate
- Il **2,6%** con altre condizioni
- Il **15,3%** non rilevato

Nel **74,3%** dei casi, la violenza viene esercitata da un uomo **in relazione affettiva con la donna**. La **violenza psicologica** risulta essere quella maggiormente denunciata (82%), seguita dalla **violenza fisica** (54,2%), dalla **violenza economica** (33,9%), dallo **stalking** (18%), dalla **violenza sessuale** (16,3%) e da **condizioni non rilevate** (3,6%). Fonte: **Report Dire 2024**.

È probabile che il fenomeno riguardi donne che conosciamo, che lavorano con noi, che fanno parte della nostra reteb sociale e, magari, della nostra famiglia.

I contesti organizzativi possono avere un ruolo importante nel prevenire, nel far emergere il fenomeno, nell' acquisizione di consapevolezza e nel supporto alle donne.

SALUTE MESTRUALE E PATOLOGIE INVISIBILI

Prevenzione e salute al femminile: tutto quello che c'è da sapere.

Webinar live con la Dott.ssa Anita Fortunato, ostetrica e consulente sessuale.

11 marzo 2026

ARGOMENTI TRATTATI:

- Il ciclo mestruale e le sue fasi
- Le malattie invisibili, quali sono e come si manifestano
- I pregiudizi subiti dalle donne affette da una malattia invisibile e la cattiva informazione

this x 
unique.

Quando si parla di **malattie invisibili**, non ci si riferisce all'assenza di sintomi, ma alla mancanza di riconoscimento sociale. Le patologie invisibilizzate sono caratterizzate da **dolore cronico, che non è immediatamente visibile dall'esterno**, spesso sottovalutate dalla società, dal sistema sanitario e di riflesso, nel mondo del lavoro.

La **svalutazione** o la **psicologizzazione** del dolore che provano soprattutto le donne è un dato scientifico, confermato da diversi studi in letteratura scientifica:

- Alle donne con dolore addominale viene proposto un analgesico **più tardi rispetto ad un uomo** e non vengono proposti oppioidi.
- La diagnosi di infarto nelle donne viene fatta più tardi perchè **non abbiamo mai studiato, sul corpo femminile**, i segni e i sintomi dell'infarto.
- Moltissime patologie vengono diagnosticate **con un ritardo anche di 7-10 anni**, perchè il dolore viene normalizzato.

È importante parlarne in azienda, per prevenire alcune conseguenze della cattiva informazione e della paura del giudizio:

- **PRESENTISMO**: molte persone lavorano nonostante il dolore acuto, **per paura di essere giudicate pigre o poco professionali**, con una drastica riduzione della concentrazione e della qualità del lavoro
- **ASSENTEISMO**: la **mancanza di tutele specifiche**, come il congedo mestruale e la flessibilità oraria, costringe ad utilizzare ferie o permessi per gestire le fasi acute
- **GENDER PAIN GAP**: esiste una tendenza sistemica a minimizzare il dolore femminile. Portare questi temi in azienda significa promuovere una cultura di **Equità, Diversità e di Inclusione reale**.

Daiichi Sankyo si impegna a costruire una cultura aziendale e sociale più matura, empatica ed inclusiva.

È UN ATTO DI CURA, NON SOLO MEDICA, MA ANCHE SOCIALE E CULTURALE.



BOLLINO
HFC



Percorso formativo 2025-2026

Con il patrocinio di:



Health Friendly Company (HFC) è un progetto di **Fondazione Onda ETS** che offre un riconoscimento biennale e un percorso formativo (webinar, video informativi, decaloghi) alle aziende per l'impegno nella tutela della salute dei propri collaboratori. Un piano riservato a realtà selezionate che avendo a cuore il benessere fisico e psichico dei propri dipendenti, promuovono con estrema lungimiranza delle policy mirate a tutelarli.

Per il quarto anno consecutivo, Daiichi Sankyo ha ricevuto il Bollino Health Friendly Company (HFC) per il periodo 2025-2026, un riconoscimento conferito da Fondazione Onda ETS a 44 aziende che si sono distinte nel garantire la tutela della salute e del benessere dei propri dipendenti o che hanno avviato un percorso virtuoso in tal senso.

Fondazione Onda ETS è l'Osservatorio nazionale sulla salute della donna e di genere che, dal 2005, per volere di alcuni professionisti già impegnati a vario titolo sul fronte della salute femminile e della medicina di genere, promuove un approccio alla salute orientato al genere, con particolare attenzione per quello femminile.

Onda si propone come modello innovativo di attenzione alla salute femminile, declinando il proprio impegno nelle diverse fasi che caratterizzano la vita della donna, in tutte le fasce di età. L'obiettivo di Fondazione Onda ETS è promuovere una cultura della salute di genere a livello istituzionale, sanitario-assistenziale, scientifico-accademico e sociale per garantire alle donne il diritto alla salute secondo principi di equità e pari opportunità.

Questo riconoscimento rinnova il nostro costante impegno nel promuovere un ambiente di lavoro equo, aperto alle diversità e che valorizza la tutela della salute e del benessere fisico e mentale dei nostri dipendenti.

La partecipazione al programma HFC prevede preziose risorse formative, webinar, video pillole e decaloghi che affrontano diverse tematiche: la valorizzazione delle competenze genitoriali, il valore di chiedere aiuto, la comunicazione positiva, la salute della pelle e la menopausa.

Di seguito, una sintesi dei percorsi e dei temi trattati.

CALENDARIO VIDEO PILLOLE 2025

• **18 giugno 2025**

1° video pillola:

Cosa mettere nel piatto: consigli per una pausa pranzo ideale

Relatore: **Annamaria Colao**, Endocrinologa presso l'Università Degli Studi di Napoli Federico II

• **17 settembre 2025**

2° video pillola:

Salute della pelle: attenzione ai nei

Relatore: **Maria Concetta Fagnoli**, Direttore Scientifico, IFO – Istituto Nazionale Tumori Regina Elena e Istituto Dermatologico San Gallicano, Roma.

• **113 novembre 2025**

3° video pillola:

Menopausa: non solo una questione al femminile

Relatore: **Rossella Nappi**, Ginecologa, endocrinologa e sessuologa presso l'IRCCS Fondazione San Matteo di Pavia

CALENDARIO DECALOGHI 2025

• *3 giugno 2025*

1° decalogo:

Parenting e lavoro: dagli stereotipi di genere alla valorizzazione delle competenze genitoriali

• *14 luglio 2025*

2° decalogo:

Il valore di chiedere aiuto: come educare sé stessi a capire la forza sottesa al riconoscimento dei propri limiti

• *3 novembre 2025*

3° decalogo:

La comunicazione positiva: come diffondere gentilezza nelle relazioni

CALENDARIO WEBINAR 2025

• *15 maggio 2025*

1° webinar:

Parenting e lavoro: dagli stereotipi di genere alla valorizzazione delle competenze genitoriali

Relatore: **Annalisa Valsasina**, psicoterapeuta e psicologa dei diritti umani

• *3 luglio 2025*

2° webinar:

Il valore di chiedere aiuto: come educare sé stessi a capire la forza sottesa al riconoscimento dei propri limiti

Relatore: **Laura Rivolta**, Psicologa, psicoterapeuta e sessuologa

• *16 ottobre 2025*

3° webinar :

La comunicazione positiva: come diffondere gentilezza nelle relazioni

Relatore: **Ilaria Raffin**, Formatrice e Chief Happiness Officer

CALENDARIO VIDEO PILLOLE 2026

• **09 febbraio 2026**

1° video pillola:

Gestire il carico emotivo/mentale di una patologia grave nell'ambiente di lavoro.

Relatore: **Claudio Mencacci**, Presidente del Comitato tecnico scientifico di Fondazione Onda ETS, Co-Presidente della Società Italiana di NeuroPsicoFarmacologia e Direttore Emerito del Dipartimento di Neuroscienze, Salute Mentale e Dipendenze ASST Fatebenefratelli e Sacco di Milano

• **14 Maggio 2026**

2° video pillola:

Sedentarietà: come mantenersi in forma in ufficio

Relatore: **Marta Labate**, Fisioterapista libera professionista

• **16 settembre 2026**

3° video pillola:

5 consigli per una mente attiva

Relatore: **Vincenzo Silani**, Direttore Dipartimento di Neuroscienze, IRCCS Istituto Auxologico Italiano, Università degli Studi di Milano

CALENDARIO DECALOGHI 2026

• **30 aprile 2026**

1° decalogo:

La gestione delle emozioni per contenere lo stress

• **25 giugno 2026**

2° decalogo:

Menopausa & Lavoro

• **05 novembre 2026**

3° decalogo:

Spreco alimentare e cibi ultraprocesati

CALENDARIO WEBINAR

• **22 ottobre 2026**

3° webinar:

Spreco alimentare e cibi ultraprocescati

Relatore: **Maria Grazia Carbonelli**, Direttore Unità Operativa di Dietologia e Nutrizione Clinica, Azienda Ospedaliera San Camillo-Forlanini, Roma

• **16 aprile 2026**

1° webinar:

La gestione delle emozioni per contenere lo stress

Relatore: **Camilla Gesi**, Dirigente Medico, Dipartimento di Psichiatria ASST Fatebenefratelli-Sacco, Milano

• **11 giugno 2026**

2° webinar:

Menopausa & Lavoro

Relatore: **Manuela Peretti**, Fondatrice ManuPausa

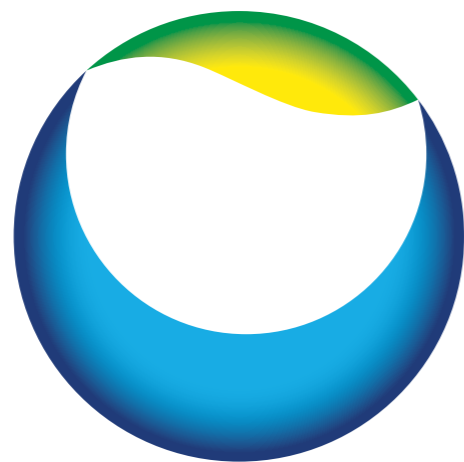


Daiichi-Sankyo



Il tuo cuore nelle tue mani

CAMPAGNA DI PREVENZIONE CARDIO-CEREBROVASCOLARE
CON SCREENING GRATUITI



Daiichi-Sankyo

IL TUO CUORE NELLE TUE MANI

Le malattie cardio-cerebrovascolari (CVD) restano la prima causa di mortalità nel mondo.

La campagna che abbiamo promosso “Il tuo cuore nelle tue mani” nasce per incoraggiare ogni cittadino a prendersi cura della propria salute cardiovascolare — **informandosi, sottoponendosi a controlli di base e adottando comportamenti di prevenzione**, ma anche per migliorare la conoscenza dei sintomi delle patologie cardio-cerebrovascolari (anche nelle loro differenze tra i sessi) e favorire l’adesione ai percorsi terapeutici e di follow.

La campagna itinerante di prevenzione cardio-cerebrovascolare si è tenuta nelle città di Roma, Torino e Palermo in collaborazione con l’Istituto Nazionale per le Ricerche Cardiovascolari (INRC), ed il patrocinio di A.L.I.Ce. Italia ODV, Cittadinanzattiva, Coordinamento Nazionale Associazioni del Cuore (Conacuore ODV), FAND Associazione Italiana Diabetici ODV, Feder-A.I.P.A. e Fondazione Italiana per il Cuore - ETS (FIPC).

In occasione delle 3 tappe sono stati effettuati gratuitamente i seguenti controlli:

- Elettrocardiogramma (ECG)
- Controllo della pressione arteriosa
- Profilo lipidico
- Controllo della glicemia
- Misurazione della circonferenza vita

Operatori sanitari e volontari hanno fornito consulenze, materiale informativo semplificato e indicazioni su come rivolgersi ai servizi sanitari territoriali.

La campagna non si è limitata ai controlli, ma ha sensibilizzato la cittadinanza sui **segnali meno noti e sulle differenze di genere** nella presentazione delle patologie cardiovascolari, **sull’importanza dell’aderenza terapeutica** da parte di chi è in cura per una o più patologie e della comunicazione medico-paziente.

Guarda il video delle 3 tappe della campagna Il Tuo Cuore nelle tue mani.

[Link al video](#)

wellhub 

Per Daiichi Sankyo, il **benessere psicofisico** dei propri dipendenti è una priorità. Per questo motivo, abbiamo deciso di attivare una partnership con **Wellhub**, un network composto da oltre 4.000 centri sportivi in tutta Italia, personal trainer e app dedicate al benessere, a cui accedere con un unico abbonamento mensile, per prendersi cura di **mente e corpo**.

Il servizio offerto ai dipendenti prevede il costo dell'abbonamento basic interamente coperto dall'azienda.

AURA
L'ESPERIENZA

Daiichi Sankyo

Le iniziative sulla
SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

*“Credo che avere la terra
e non rovinarla
sia la più bella forma d'arte
che si possa desiderare.”*

Andy Warhol
Pittore



**this
unique.**

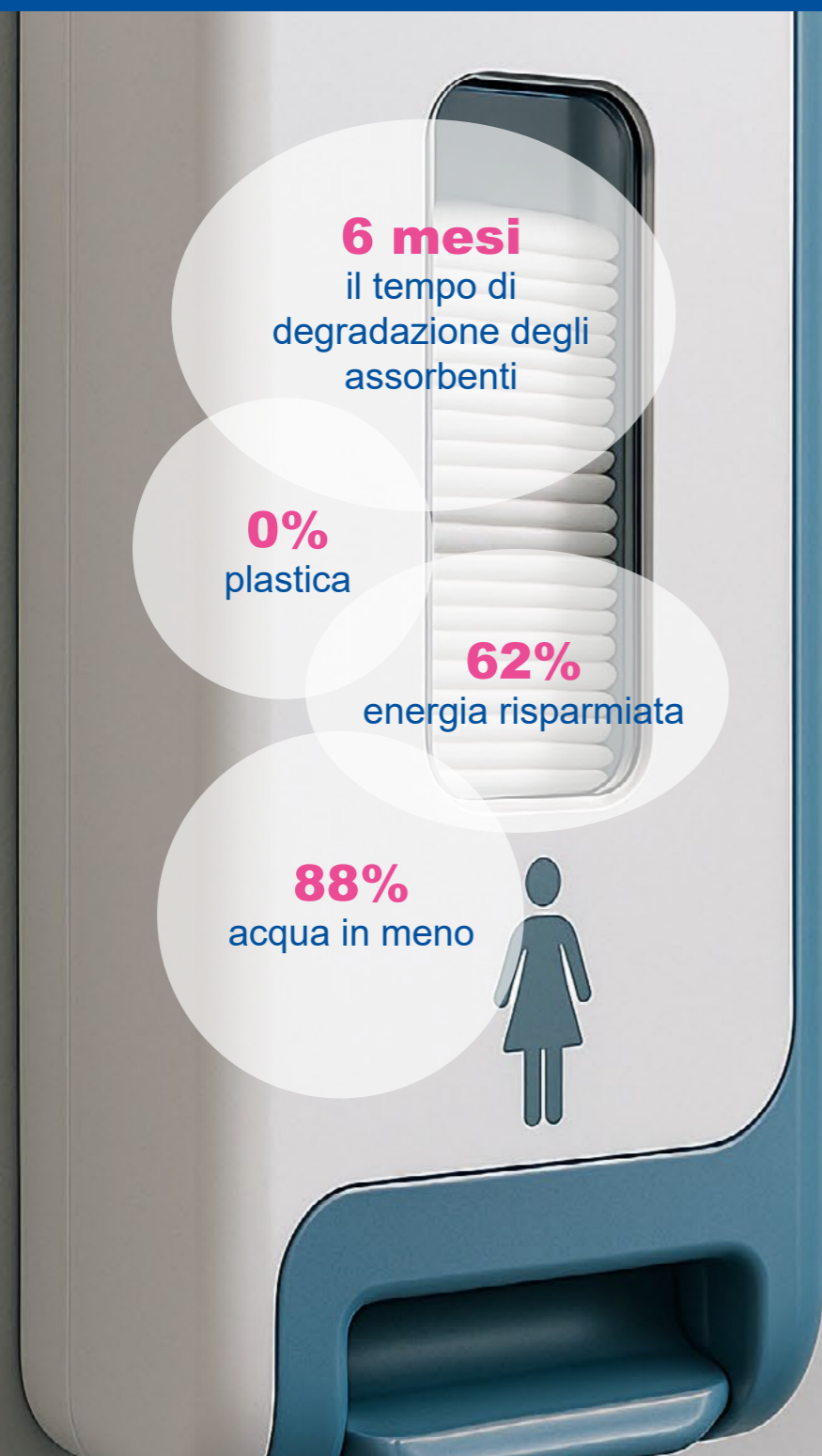
Report d'impatto

Quanto le tue azioni stanno cambiando davvero le cose.

Per Daiichi Sankyo, il benessere e l'inclusione, assieme all'attenzione per l'ambiente, sono fattori indispensabili per migliorare il clima aziendale. Per questo motivo, abbiamo iniziato a collaborare con **This Unique**, start-up italiana che offre soluzioni pratiche ed innovative per migliorare il benessere sul posto di lavoro. L'iniziativa ha previsto la fornitura di **dispenser di assorbenti sostenibili, in 100% cotone organico e plastic-free** all'interno delle toilette dei nostri uffici. Inoltre, abbiamo dato l'opportunità anche tutte le dipendenti che operano sul territorio nazionale – e che ne fanno espressa richiesta - di ricevere una **box trimestrale da 45 pezzi**.

UNA SCELTA PER LE PERSONE E PER IL PIANETA

Con gli assorbenti *This Unique* in 100% cotone certificato, compostabili, *abbatti l'impatto delle mestruazioni*



I *prodotti tradizionali* per la cura del ciclo mestruale contengono fino al **90% di materiale plastico**, avendo così un tempo di smaltimento **fino a 500 anni**, causa di inquinamento ambientale.

I NUMERI DEL NOSTRO IMPATTO





Daiichi Sankyo Italia ha aderito alla campagna di sostenibilità Europea Zero Waste, attraverso l'iniziativa interna "Dona i tuoi vestiti" in collaborazione con Humana People to People Italia, organizzazione non profit che promuove da oltre venticinque anni uno sviluppo sostenibile nel settore tessile, ma non solo. Gli abiti donati ad Humana sono entrati nella filiera etica e trasparente dell'organizzazione per essere valorizzati a supporto dei progetti socio-ambientali di Humana attivi in Italia e nel mondo.

Cos'è stato raccolto:

ABITI

SCARPE APPAIATE

ACCESSORI D' ABBIGLIAMENTO

BORSE E ZAINI

BIANCHERIA PER LA CASA

GRAZIE AGLI ABITI DONATI DAI COLLEGHI CHE HANNO ADERITO ALL'INIZIATIVA, DAIICHI SANKYO ITALIA HA CONTRIBUITO CON UN SEMPLICE GESTO AD UN CAMBIAMENTO CONSAPEVOLE E SOSTENIBILE.



HUMANANA
PICCOLI GESTI CHE TRASFORMANO IL MONDO

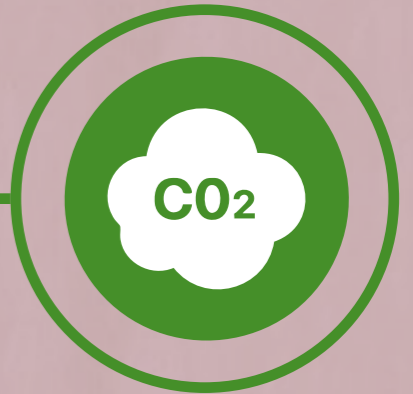
I RISULTATI

155 KG DI ABITI RACCOLTI



CONTROVALORE AMBIENTALE

1.398 kg di CO₂e non emessi



EQUIVALENTI A

15 alberi piantumati



1.031.644 L di acqua risparmiati



EQUIVALENTI A

687.762 bottiglie da 1.5 L



IL CIBO E IL CONSUMO DI RISORSE:

Cambiare cosa mangiamo fa la differenza



AMBIENTE

Nell'ambito dell'iniziativa europea dei **Green Days**, è stata recentemente lanciata la **Veggie Week**, la terza e ultima campagna sulla sostenibilità del FY 2025, preceduta da quella sullo **Zero Waste** e sull'**Energy Saving**.

La **Veggie Week** punta i riflettori sull'impatto ambientale di ciò che mangiamo e su come piccoli cambiamenti nelle nostre scelte alimentari possano contribuire all'azione per il clima.

Per questa campagna, Daiichi Sankyo Italia ha deciso di collaborare con **Funny Veg Academy**, che nasce dall'unione di chef e professionisti con esperienza pluriennale nel campo dell'alimentazione a base vegetale e composta anche da uno staff di giornalisti della rivista **Funny Vegan**.

L'iniziativa interna ha previsto due newsletter, materiali e video pillole con esperti su: cibo e sostenibilità e cibo e prevenzione.

CIBO E SOSTENIBILITÀ

Partiamo da un dato semplice: **per produrre un chilo di carne servono da 5 a 20 chili di mangime**. È come fare un bonifico calorico con commissioni molto alte. Prima coltivi per nutrire l'animale, poi mangi l'animale. **Ogni passaggio aggiunge consumo di suolo, acqua, energia e produce inquinanti**.

Prendiamo la **colazione**: 200 ml di latte vaccino al giorno per un anno equivalgono a 94 kg di CO₂, 652 metri quadrati di suolo e oltre 76 mila litri d'acqua. La stessa abitudine con bevanda di soia scende a 55 kg di CO₂, 66 metri quadrati di suolo e circa 21 mila litri d'acqua, meno ancora se preferiamo quella di avena. Stesso cappuccino, impatto molto diverso

Passiamo al **secondo**. Una o due porzioni settimanali da 100 grammi di carne di maiale (nemmeno la più impattante, che è quella di manzo), per un anno, producono 45 kg di CO₂ e quasi 47 mila litri d'acqua, oltre a due animali allevati e uccisi. Con il tofu si parla di 12 kg di CO₂ e circa 17 mila litri d'acqua, senza sacrifici di animali. Le proteine restano, il conto ambientale cambia. E poi ci sono i crostacei. Una porzione a settimana può arrivare a 49 kg di CO₂ e oltre 37 mila litri d'acqua in un anno, con 390 vite animali coinvolte. L'acqua è il convitato di pietra. Per un chilo di manzo servono circa 21 mila litri (quella che una persona beve in tre decenni!). I cereali si fermano a 16 mila. Legumi e derivati della soia permettono di ridurre ulteriormente la pressione.

È acqua che non vediamo, ma che consumiamo.

Tradotto nella vita reale: cappuccino con bevanda di soia invece del latte vaccino; pasta al ragù di lenticchie al posto di quello di manzo; ceci croccanti o burger di soia al posto della braciola. **Non si tratta di stravolgere la tavola, ma di spostare l'ago della bilancia.**

Ridurre la carne, ma anche toglierla, non significa rinunciare al gusto. Significa scegliere proteine vegetali più spesso e lasciare alla bistecca un ruolo meno centrale. Il pianeta, silenziosamente, ringrazia. **E il menù quotidiano diventa un po' più leggero, in tutti i sensi.**

CONSIGLI SMART

- **Meno bistecca, più lenticchie:** l'industria della carne lascia un'impronta ambientale tutt'altro che leggera. Ogni tanto metti in panchina la carne, soprattutto quella rossa, e fai giocare legumi, cereali integrali e frutta secca.
- **Mangia secondo il calendario, non contro:** fragole a dicembre e zucchine a febbraio richiedono serre energivore e viaggi in aereo degni di un frequent flyer. Scegliere frutta e verdura di stagione significa tagliare emissioni di CO₂ e riportare un po' di buon senso nel carrello.
- **Fai poca strada, meglio:** puntare su prodotti locali e a km 0 sostiene chi coltiva vicino a te e accorcia i chilometri percorsi dal cibo. Meno trasporto, meno carburante, più economia del territorio. E spesso anche più sapore.
- **Dichiara guerra allo spreco:** una lista della spesa fatta bene evita acquisti compulsivi. Controlla il frigo, usa il freezer come alleato e trasforma gli avanzi in nuove ricette. Anche la mela ammaccata ha dignità: è "brutta", non inutile.
- **Imballaggi? Solo se indispensabili:** montagne di plastica per tre biscotti non sono un buon affare. Meglio scegliere prodotti freschi o confezioni essenziali e con materiali più sostenibili.
- **Ai fornelli con criterio:** coprire le pentole, cuocere a vapore o usare la pentola a pressione non è da nonne nostalgiche, ma da persone pratiche. Si risparmia energia e si accorciano i tempi.

- **Trasforma gli scarti in risorsa:** dove possibile, l'organico può diventare compost. Bucce e torsoli non sono rifiuti, ma futuro terriccio fertile. Un piccolo ciclo naturale che si chiude, senza effetti speciali.

CAMBIARE COSA MANGIAMO FA LA DIFFERENZA

Le scelte alimentari sono azioni climatiche concrete. Utilizza il ricettario per una dieta varia e completa con un basso impatto sull'ambiente.





CIBO E PREVENZIONE:

Come le scelte a tavola influenzano il nostro futuro

Nel maggio 2025 la **Società Italiana di Nutrizione Umana** ha pubblicato **una nuova versione della piramide alimentare** che mette alla base frutta e verdura, seguite da cereali integrali, e invita ad aumentare i legumi riducendo le proteine animali.

Mangiare a colori non è una moda, è prevenzione.

L'alimentazione è uno dei principali determinanti della salute. Non è uno slogan, ma una posizione ribadita da enti come l'Organizzazione Mondiale della Sanità e dal Ministero della Salute: tra i fattori di rischio modificabili per **malattie cardiovascolari, tumori, diabete e patologie respiratorie croniche** vi è ciò che mettiamo nel piatto. Parliamo delle prime cause di morte e disabilità nei Paesi industrializzati, con un impatto economico che pesa su sanità e lavoro.

Troppi alimenti proinfiammatori, ricchi di calorie, sale, grassi saturi e sostanze potenzialmente cancerogene. Troppo pochi cibi ricchi di fibra, grassi polinsaturi e fitocomposti protettivi.

Spostare l'ago della bilancia verso alimenti vegetali poco lavorati significa agire su entrambi i fronti. Più fibra – da cereali integrali, legumi, frutta e verdura – che aiuta a ridurre il colesterolo LDL e protegge cuore e colon. Più grassi polinsaturi da oli vegetali, semi e frutta secca, utili per il profilo lipidico e per contenere l'infiammazione. Più fitocomposti, quelle molecole che danno colore ai vegetali e che funzionano come una squadra di difesa antiossidante: ecco perché "mangiare a colori" non è folclore, ma strategia.

Dall'altra parte si riducono carni rosse e lavorate, associate a un **maggior rischio cardiovascolare e di tumore del colon-retto**. Si limita il consumo di prodotti ultraprocesati, spesso ricchi di zuccheri e grassi, che favoriscono sovrappeso e obesità. Si abbassa il sale, fattore noto per ipertensione e tumore gastrico.

Dare un importante spazio ai vegetali **significa migliorare la salute individuale e, insieme, ridurre l'impatto ambientale di un sistema alimentare troppo dipendente dalla carne.**

Un doppio dividendo, senza effetti speciali. Solo scelte quotidiane, ripetute nel tempo.

Foresta Daiichi Sankyo Italia



Per Daiichi Sankyo, la salvaguardia del nostro pianeta è di estrema importanza. Viviamo in un mondo in cui gli effetti del cambiamento climatico e dell'inquinamento ambientale sono visibili ovunque e mostrano i loro effetti negativi sulla nostra vita quotidiana. Noi di Daiichi Sankyo riteniamo che sia nostra responsabilità fare del nostro meglio per perseguire la protezione dell'ambiente e ridurre i cambiamenti climatici.

Aspiriamo a diventare neutrali rispetto alle emissioni di carbonio entro il 2050 e per questo abbiamo fissato obiettivi climatici ambiziosi a livello globale. Alcuni esempi:

- Riduzione delle emissioni di CO2 del 42% (Ambito 1 e 2, 2015-2025)
- 100% di elettricità verde entro il 2030
- Riduzione dell'intensità delle emissioni dell'Ambito 3 in base alle vendite del 15% (Cat. 1, 2020-2025).

Siamo consapevoli che, anche le piccole azioni, possono avere un impatto tangibile sull'ambiente. Per questo nel 2024 abbiamo scelto di collaborare con Treedom per dare vita a una foresta aziendale, offrendo a ogni dipendente la possibilità di adottare un albero da piantare in diverse aree del mondo dove Treedom opera – Kenya, Haiti, Colombia, Guatemala e Tanzania nel nostro caso. Ogni albero ha avuto un impatto positivo sull'ambiente, contribuendo alla lotta contro il cambiamento climatico e supportando le comunità locali.

Una volta riscattato l'albero, ogni dipendente ha potuto accedere alla sua pagina online e rimanere aggiornato sulla storia del progetto, vedendo l'impatto generato sull'ambiente e sulle comunità locali.

[Qui](#) è visibile la nostra foresta.

AMBIENTE

L'IMPATTO DELLA FORESTA DAIICHI SANKYO ITALIA



1
FORESTE



5
PAESI



8
SPECIE



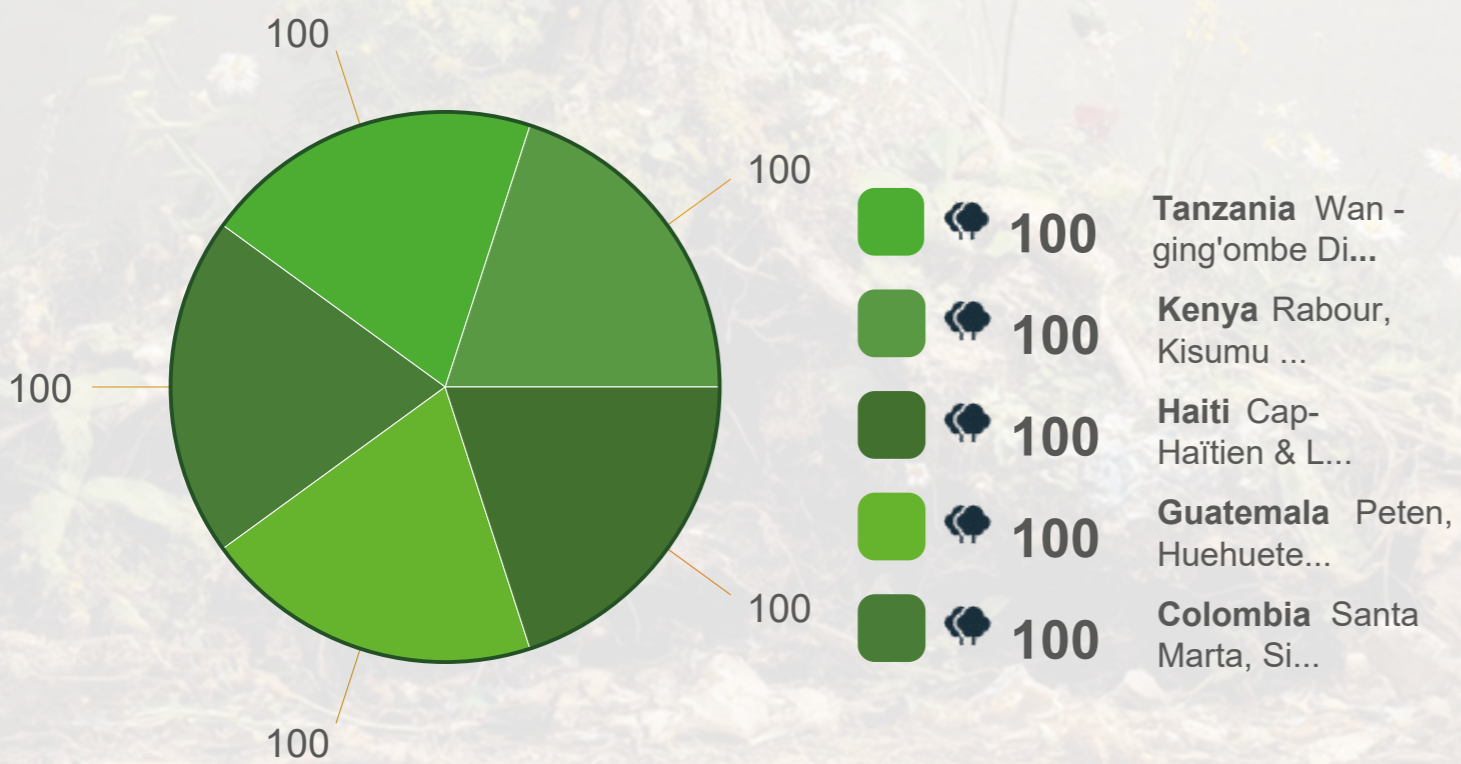
500
ALBERI



11.265 M²
Guadagno di
copertura arborea



123.500 KG
CO2 assorbita



Specie

500
Alberi

Nome comune	Nome Scientifico	Quantità	Specie a 1 rischio
Acacia Polycantha	<i>Acacia polyacantha</i>	50	—
Anacardo	<i>Anacardium occidentale</i>	50	—
Arancio	<i>Citrus sinensis</i>	50	—
Avocado	<i>Persea americana</i>	50	—
Cacao	<i>Theobroma cacao</i>	100	—
Caffè	<i>Coffea arabica</i>	100	✓
Guava	<i>Psidium guajava</i>	50	—
Albero Dinamite	<i>Hura crepitans</i>	50	—

PAESI

11.265 M²
guadagno di copertura arborea¹

5
Paesi



RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CO2

Daiichi Sankyo Europe GmbH, insieme alle Affiliate europee e al Management, riconosce la mobilità a basse o zero emissioni di **CO2** come elemento strategico per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. Attraverso la **Mobility Policy**, applicabile in Europa e Canada, il Gruppo definisce linee guida orientate alla sostenibilità, integrandola nelle pratiche operative quotidiane.

In qualità di **azienda socialmente responsabile**, Daiichi Sankyo intende **contribuire alla tutela ambientale e promuovere soluzioni di mobilità a ridotto impatto ambientale**, consolidando il proprio ruolo di azienda attrattiva e pioniera della mobilità sostenibile.

LINEE GUIDA



- Maggioranza di auto full electric: più di 20 modelli nella car list anche con batteria long range.
- Solo alcuni modelli Diesel a bassa emissione
- Modelli auto EURO 6
- No modelli ibridi e plug-in



- Possibilità di scegliere un rimborso forfettario alternativo all'auto aziendale (car allowance)
- Per i ruoli di sede e global dal FY 27 solo auto elettriche o car allowance
- Possibilità di richiedere il rimborso dei mezzi pubblici per il personale che non ha la vettura aziendale



- Negli uffici di Roma e Milano, fornitura di **energia elettrica certificata green 100% da fonti rinnovabili**



Daiichi-Sankyo

Passione per l'Innovazione.
Considerazione per i Pazienti.