



FARMACIE  
**APOTECA  
NATURA**

Per una salute consapevole

Apoteca Natura  
Società Benefit

•

RELAZIONE DI  
IMPATTO

•

maggio 2019

*“Secondo la nostra Costituzione e le fondamenta del diritto, l’impresa è un soggetto a cui viene riconosciuta personalità giuridica in quanto ha una funzione economico-sociale. Questo non si può ridurre alla mera creazione di profitto per gli azionisti, ma deve al tempo stesso includere la produzione di benefici per la società e per l’ambiente. Ne siamo da sempre convinti e anzi riteniamo che creare valore per la società sia la prima condizione che consente a imprese come la nostra di affermarsi sul mercato. Per questo è stato naturale per noi evolvere in Società Benefit sia con Apoteca Natura che con l’impresa madre Aboca.”*

Massimo Mercati, Amministratore Unico Apoteca Natura

# Indice

<b>Indice</b>	<b>3</b>
Introduzione	4
1. Chi siamo	5
2. Cosa sono le Società Benefit	6
3. Le finalità di beneficio comune di Apoteca Natura	7
3.1 La prima finalità specifica di beneficio comune: promozione del Modello Benefit	9
<b>Impegni 2019</b>	<b>9</b>
3.2 La seconda finalità specifica di beneficio comune: prevenzione ed educazione per una Salute Consapevole	11
<b>Impegni 2019</b>	<b>11</b>
3.3 La terza finalità specifica di beneficio comune: valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci	13
<b>Impegni 2019</b>	<b>13</b>
3.4 La quarta finalità specifica di beneficio comune: moltiplicazione dell’impatto positivo	14
<b>Impegni 2019</b>	<b>14</b>
4. Responsabilità, sostenibilità, trasparenza	15
<hr/>	
	17
<b>GLOSSARIO DEI TERMINI CHIAVE</b>	<b>17</b>

## Introduzione

*Con Apoteca Natura abbiamo creato un nuovo modo di fare Farmacia e continuiamo ad innovare per creare un sistema che veda il Farmacista sempre più al centro del complesso mondo di relazioni della filiera sanitaria, con la capacità di creare valore attraverso la sua conoscenza messa al servizio delle persone per affiancarle nel loro percorso di Salute Consapevole.*

*Per noi è stata un'evoluzione naturale adottare lo status giuridico di Società Benefit, cioè impegnarci formalmente a perseguire una duplice finalità: redditività e impatto positivo per persone e ambiente e includere nel nostro statuto le finalità specifiche di beneficio comune che da sempre perseguiamo oltre al profitto.*

*Ci è venuto spontaneo impegnarci a promuovere il modello Benefit con tutte le Farmacie del Network che già condividono i nostri valori per definire in modo più esplicito i confini di significato che orientano il nostro agire collettivo e ci differenziano sempre più nettamente nel mercato.*

*Gianluca Strata, Direttore Generale di Apoteca Natura*

# 1. Chi siamo

La rete Apoteca Natura è un Network internazionale con un approccio locale (modello "Glocal") di oltre 900 Farmacie indipendenti che, attraverso un contratto di affiliazione commerciale, beneficiano di un marchio-insegna in esclusiva, mantenendo la propria identità e autonomia per la massima sinergia tra un marketing di livello internazionale e uno specifico presidio del territorio.

Un modello di Farmacia basato sulla specializzazione in Salute Consapevole capace di valorizzare la professionalità del Farmacista all'interno della filiera sanitaria, garantendo redditività superiori alla media mercato.

Un sistema innovativo nel retail della salute, promosso nel 2000 dal Gruppo Aboca e diventato nel 2013 Apoteca Natura S.p.A., una società del Gruppo dedicata esclusivamente alla gestione della Rete.

All'insegna dell'innovazione, Apoteca Natura S.p.A. ha acquisito nel 2016 l'80% del capitale di AFAM S.p.A., che gestisce le 21 Farmacie Comunali di Firenze, quali laboratorio di ricerca e sviluppo a supporto della rete.

Apoteca Natura non è un gruppo di acquisto né un distributore, ma un modello organizzativo per sostenere la professionalità e allo stesso tempo essere più efficaci ed efficienti nel rapporto con il cliente finale attraverso la selezione dell'assortimento, l'erogazione di servizi socio-sanitari, la comunicazione ed il marketing, con un processo di formazione continua, gestionale e professionale, per il Titolare e tutto il personale della Farmacia.

## 2. Cosa sono le Società Benefit

Le Società Benefit rappresentano una evoluzione del concetto stesso di impresa permettendo di coniugare redditività con sostenibilità.

Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti, le Società Benefit sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

Le Società Benefit (SB) hanno due caratteristiche fondamentali:

1. esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia shareholder che stakeholder, nel proprio oggetto sociale;
2. misurano i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati di tipo economico e finanziario.

Il protocollo di misurazione scelto da Apoteca Natura è il Benefit Impact Assessment (<http://bimpactassessment.net/>). La misura dell'impatto si traduce in un numero su una scala di valori da 0 a 200 punti che viene validato dall'ente certificatore B Lab.

Le Società Benefit sono tenute a redigere ogni anno una relazione d'impatto che delinei i progressi rispetto agli obiettivi specifici inclusi nello statuto e comunichi i target per il nuovo anno. Questo documento costituisce la prima relazione di impatto di Apoteca Natura che delinea gli impegni per il 2019 per il raggiungimento di ciascuna delle finalità specifiche di beneficio comune adottate.

### 3. Le finalità di beneficio comune di Apoteca Natura

Il nostro nuovo statuto esplicita le finalità specifiche di beneficio comune che Apoteca Natura intende perseguire nell'esercizio della propria attività d'impresa, attraverso lo svolgimento di azioni il cui obiettivo è quello di generare un misurabile impatto positivo su società e ambiente e di creare le premesse per il mantenimento di risultati economici soddisfacenti.

In particolare, lo statuto di Apoteca Natura riporta nell'articolo 3:

*In qualità di Società Benefit, la società intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territori e ambiente ed altri portatori di interesse.*

[...]

*La società ha altresì per oggetto le seguenti specifiche finalità di beneficio comune:*

- 1. La promozione dell'evoluzione del sistema Farmacia secondo un'ottica centrata sulla persona e sul ruolo dell'azienda per produrre un impatto positivo. Come primo Network mondiale di Farmacie aderenti al Modello Benefit, questo comprenderà la diffusione e la facilitazione all'adozione del paradigma Benefit di duplice finalità, profitto e beneficio comune agli affiliati della rete (PROMOZIONE DEL MODELLO BENEFIT).*
- 2. La promozione di percorsi di Salute Consapevole per le persone attraverso attività di educazione e prevenzione. Questo potrà comprendere servizi di autodiagnosi e attività di miglioramento degli stili di vita includendo i fattori ambientali e sociali (PREVENZIONE ED EDUCAZIONE PER UNA SALUTE CONSAPEVOLE).*

3. *La diffusione, valorizzazione e promozione dell'uso di prodotti naturali scientificamente avanzati, sicuri per l'organismo e l'ambiente e allo stesso tempo efficaci. Questo potrà comprendere la selezione privilegiata di prodotti che rispettino criteri autoimposti raccolti nel disciplinare Apoteca Natura o che provengano da aziende che abbiano adottato standard e pratiche evolute come il modello Benefit (VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI NATURALI, SICURI ED EFFICACI).*
  
4. *La moltiplicazione dell'impatto positivo delle proprie attività anche attraverso il coinvolgimento attivo dei clienti e delle comunità in cui opera (MOLTIPLICAZIONE DELL'IMPATTO POSITIVO).*

## 3.1 La prima finalità specifica di beneficio comune: promozione del Modello Benefit

*La promozione dell'evoluzione del sistema Farmacia secondo un'ottica centrata sulla persona e sul ruolo dell'azienda per produrre un impatto positivo. Come primo Network mondiale di Farmacie aderenti al Modello Benefit, questo comprenderà la diffusione e la facilitazione all'adozione del paradigma Benefit di duplice finalità, profitto e beneficio comune agli affiliati della rete.*

Apoteca Natura nasce proprio con lo scopo di creare un nuovo modo di fare Farmacia che veda il Farmacista sempre più al centro del complesso mondo di relazioni del nuovo modello sanitario, con la sua capacità di creare valore attraverso la sua conoscenza messa al servizio delle persone per affiancarle nel loro percorso di Salute Consapevole. In questo contesto è stato naturale abbracciare il modello Benefit e promuoverlo con tutte le Farmacie del Network come espressione della necessità che sentiamo di coniugare il raggiungimento del profitto con l'impatto positivo sul bene comune.

### **Impegni 2019**

1. Promozione del Modello Benefit su tutte le Farmacie della rete (circa 630) attraverso almeno 1 visita annuale dei Key Account Manager
2. Sviluppo e messa a disposizione di strumenti dedicati sul Portale Apoteca Natura per la comunicazione, informazione e ingaggio del Farmacista relativamente al Modello Benefit (Kit rendicontazione, Kit di adesione, Kit misurazione, Lettera d'impegno, Integrazione statuto, Video-corsi, etc.)
3. Sviluppo e messa a disposizione di strumenti dedicati sul Portale Apoteca Natura per la comunicazione del Modello Benefit al consumatore (Kit di comunicazione, etc.)
4. Organizzazione Momento annuale di coinvolgimento plenario del Network ("Corso Evoluzione") anche sul tema Benefit con la partecipazione di almeno 80 Farmacie

5. Organizzazione Meeting di area (Assemblee territoriali, Network Meeting, etc.) con i Farmacisti in cui approfondire anche il tema Benefit (almeno 2 meeting)
6. Condivisione News e invio Newsletter dedicate, inviate a tutte le 630 Farmacie del Network per sensibilizzarle sul tema Benefit e stimolarne l'adesione (almeno 2 news su Portale Apoteca Natura e almeno 2 newsletter)
7. Sviluppo di Sezione Benefit dedicata all'interno di un corso di approfondimento e professionalizzazione del Farmacista di durata biennale organizzato da Apoteca Natura (People Management in ambito Servizi Crescenti)

## 3.2 La seconda finalità specifica di beneficio comune: prevenzione ed educazione per una Salute Consapevole

*La promozione di percorsi di Salute Consapevole per le persone attraverso attività di educazione e prevenzione. Questo potrà comprendere servizi di autodiagnosi e attività di miglioramento degli stili di vita includendo i fattori ambientali e sociali.*

Crediamo che educazione e consapevolezza siano fondamentali perché ciascuno possa raggiungere e mantenere un pieno benessere. Ci basiamo su un approccio sistemico alla salute che tiene conto delle connessioni tra tutte le funzioni fisiologiche dell'organismo e quelle che esistono tra queste e il contesto in cui le persone vivono. Per questo, vediamo il Farmacista come soggetto fondamentale, con la sua capacità di mettere al centro i bisogni della persona e accompagnare i clienti nei loro percorsi di Salute Consapevole.

### **Impegni 2019**

1. Promozione Campagne di prevenzione su tutte le 630 Farmacie del Network, ad esempio Campagna di prevenzione cardiovascolare "Ci sta a cuore il tuo cuore": 2 campagne con diffusione di almeno 50 opuscoli e 1 poster per Farmacia per ogni campagna promossa
2. Promozione Campagne di sensibilizzazione su tutte le 630 Farmacie del Network, ad esempio Campagna di informazione sull'importanza di un sonno corretto "Fai luce sul tuo sonno": 8 campagne con diffusione di almeno 50 opuscoli e 1 poster per Farmacia per ogni campagna promossa
3. Promozione Campagne di misurazione della salute in Farmacia su tutte le 630 Farmacie del Network; Autodiagnosi, Analisi strumentale e Telemedicina: 1
4. Promozione Health and Loyalty System, piattaforma studiata per consentire ai Farmacisti di seguire il percorso di salute delle persone in modo consapevole, grazie ad una completa e chiara conoscenza dei loro dati sanitari e dei loro comportamenti e la possibilità di interagire facilmente

con loro. Questo tramite 2 strumenti: App “MyApotecaNatura” (per la persona) e Dashboard Farmacia (per il Farmacista) per la gestione dei pazienti e dei loro dati aggregati. Sono presenti grafici misurazioni e valori, archivio referti diagnostici, promemoria terapie, questionari di prevenzione (cardiovascolare, gastrointestinale, sovrappeso, sonno, menopausa, sedentarietà, ambiente e salute), tracking movimento, chiamata d’emergenza e Carta Fedeltà (MyCard)

5. Creazione, promozione e sviluppo della “Guida Alimentare”, nuovo servizio dedicato alle persone con disequilibri alimentari e/o problemi nutrizionali. Integrato nel sistema H&LS; rivolto a tutte le 630 Farmacie del Network
6. Creazione, promozione e sviluppo di “Ordina Prodotti”, nuovo servizio volto a fornire alla persona la migliore informazione riguardo alla disponibilità dei prodotti e l’eventuale consegna. Integrato nel sistema H&LS; rivolto a tutte le 630 Farmacie del Network
7. Creazione, promozione e sviluppo di “Agenda Servizi”, nuova feature della piattaforma H&LS volta alla prenotazione online di esami di autodiagnosi, strumentali e di telemedicina così da favorirne la più ampia diffusione; rivolto a tutte le 630 Farmacie del Network
8. Promozione App “La salute la sai?”, ideata per trasmettere contenuti, informazioni e suggerimenti sui principali temi di salute, attraverso la modalità di un gioco a quiz
9. Promozione di Protocolli Consiglio per Esigenza (PCE), strumenti che guidano il Farmacista per valutare le caratteristiche del disturbo principale, la presenza di indicatori di rischio da riferire al medico e quali informazioni fornire alla persona per attuare un corretto stile di vita: 16
10. Sviluppo e promozione di contenuti utili alla formazione del Farmacista: 4 Corsi di formazione (residenziali, diretta streaming e on demand); 5 Webinar (diretta streaming e on demand), 2 ECM in modalità formazione a distanza
11. Promozione di PHAN: piattaforma interattiva di pharmacy counseling in realtà virtuale utilizzabile in remoto che riproduce in un contesto 3D, la realtà operativa di una Farmacia con 350 avatar/persona da seguire

### 3.3 La terza finalità specifica di beneficio comune: valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci

*La diffusione, valorizzazione e promozione dell'uso di prodotti naturali scientificamente avanzati, sicuri per l'organismo e l'ambiente e allo stesso tempo efficaci. Questo potrà comprendere la selezione privilegiata di prodotti che rispettino criteri autoimposti raccolti nel disciplinare Apoteca Natura o che provengano da aziende che abbiano adottato standard e pratiche evolute come il modello Benefit.*

A differenza delle sostanze di sintesi, i prodotti naturali avanzati, se sviluppati con il rigore della Evidence Based Medicine come quelli del portafoglio di Aboca, offrono il migliore profilo terapeutico efficacia/sicurezza e sono da sempre la scelta di elezione per il percorso di Salute Consapevole promosso da Apoteca Natura.

#### **Impegni 2019**

1. Formazione dei Farmacisti sui temi dei fitocomplessi naturali rivolta a tutti i Farmacisti del Network: circa 4.000
2. Formazione sui prodotti: promozione e diffusione di 38 videocorsi (di cui 10 trattano dei prodotti a marchio Apoteca Natura)
3. Promozione della visibilità in Farmacia dei prodotti validati dal Network e conformi al disciplinare Apoteca Natura, ponendo quale obiettivo il numero di Farmacie conformi alle linee espositive stabilite nella Guida al Sell Out Apoteca Natura:
  - in area scaffale dell'area automedicazione naturale: 450
  - in esposizione a retro banco secondo le linee espositive stabilite: 420
4. Share di prodotti a marchio APA (Aboca, Planta Medica e Apoteca Natura) nelle Farmacie del Network: 3% rispetto ad una media nazionale dello 0,6%
5. Campagne di promozione dei prodotti naturali attraverso le Promozioni MyCard: 11

## 3.4 La quarta finalità specifica di beneficio comune: moltiplicazione dell’impatto positivo

*La diffusione di pratiche rispettose e migliorative dell’ambiente e in particolare dell’agricoltura biologica come sistema di coltivazione fondato sul rispetto delle risorse naturali, della biodiversità e della vitalità dei suoli. La moltiplicazione dell’impatto positivo delle proprie attività anche attraverso il coinvolgimento attivo dei clienti e delle comunità in cui opera.*

Crediamo che nell’attuale contesto socio sanitario l’unico modo concreto per costruire rete sia basandosi su valori condivisi, come per noi lo sono il rispetto dell’ambiente e il senso di comunità. Per questo siamo promotori da sempre del sistema di coltivazione biologica e di diverse azioni a impatto positivo nelle comunità in cui operiamo.

### **Impegni 2019**

1. Interventi nelle scuole medie inferiori e superiori in collaborazione con ISDE (Associazione Medici per l’Ambiente) con lo scopo di sensibilizzare le nuove generazioni sul legame tra ambiente e salute: 10
2. Supporto, organizzazione e promozione di Passeggiate della salute, volte a incentivare il movimento e la conoscenza del territorio: 80
3. Promozione di una campagna di sensibilizzazione nel mese di dicembre sul significato di essere Società Benefit in collaborazione con enti e associazioni del territorio
4. Promozione e supporto dell’ufficio stampa nel rilanciare sulle principali testate di settore i comunicati Apoteca Natura, le attività a carattere Benefit erogate dalle Farmacie del Network e le loro conferenze stampa aventi per oggetto l’essere Benefit
5. Collaborazione a campagne specifiche di prevenzione organizzate dalle Farmacie Apoteca Natura di proprietà (Farmacie AFAM)

## 4. Responsabilità, sostenibilità, trasparenza

In qualità di Società Benefit, Apoteca Natura è legalmente obbligata a prendere in considerazione e a valutare il proprio impatto ambientale e sociale attraverso uno standard riconosciuto a livello internazionale.

Apoteca Natura ha scelto di misurare le proprie prestazioni ambientali e sociali complessive con il BIA, il Benefit Impact Assessment, lo strumento di valutazione dell'impatto sviluppato dall'ente non profit B Lab, perché riteniamo che sia lo standard di valutazione più completo e rigoroso a livello internazionale. Lo standard Benefit Impact Assessment classifica la performance ambientale e sociale delle aziende su una scala di 200 punti. Al superamento della soglia di 80 punti l'azienda può ricevere la certificazione B Corp. L'analisi è stata effettuata con il supporto di Nativa Srl SB, Country Partner di B Lab. La certificazione dell'impatto generato non è richiesta dalla legge, tuttavia, nel momento in cui questa relazione viene scritta, è in corso l'audit da parte dell'ente di certificazione B Lab, per il riconoscimento della certificazione B Corp.

Di seguito il risultato di sintesi dell'analisi d'impatto per Apoteca Natura:

PUNTEGGIO GENERALE

**86.1**

	Governance	<b>20.3</b>
	Lavoratori	<b>25.9</b>
	Comunità	<b>17.9</b>
	Ambiente	<b>16.4</b>
	Clienti	<b>5.3</b>

Valutazione di dettaglio nelle diverse aree d'impatto:

<b>AREA DI IMPATTO</b>	<b>Punteggio Azienda *</b>
<b>Governance</b>	<b>20,3</b>
Mission e Impegno	2,9
Responsabilità aziendale	0
Etica	2,0
Trasparenza	5,3
Mission Bloccata	10,0
<b>Lavoratori</b>	<b>25,9</b>
Compensi	5,7
Benefit	12,9
Formazione	1,3
Proprietà dei lavoratori	0
Comunicazione	1,6
Flessibilità e cultura	3,2
Altro	1,2
<b>Comunità</b>	<b>17,9</b>
Creazione di posti di lavoro	4,5
Diversità, inclusione	2,5
Impegno civico e donazioni	4,2
Coinvolgimento locale	4,5
Fornitori e distributori	1,0
Altro	1,2
<b>Ambiente</b>	<b>16,4</b>
Territorio, ufficio, impianti	7,0
Energia, acqua, materiali	3,0
Emissioni, acqua, rifiuti	0,9
Riduzione delle tossine	5,4
<b>Clienti</b>	<b>5,3</b>
Miglioramento della salute e del benessere	
<b>Punteggio totale</b>	<b>86,1</b>

\* punteggio in corso di verifica da B Lab per l'ottenimento della certificazione B Corp

Il punteggio medio di tutte le aziende di dimensione comparabile che hanno completato il Benefit Impact Assessment è di 55,1 punti

## GLOSSARIO DEI TERMINI CHIAVE

**B CORP** - *Benefit Corporation*, sono le aziende certificate dall'ente B Lab in tutto il mondo che superano la soglia degli 80 punti nel BIA, lo strumento di misurazione dell'impatto, impegnandosi volontariamente a rispettare i più alti standard di performance, trasparenza e responsabilità e operando in modo da ottimizzare il loro impatto positivo verso i loro dipendenti, le comunità in cui operano e l'ambiente.

**BIA** – *Benefit Impact Assessment*, è lo strumento più completo di misura dell'impatto generato dalle aziende sviluppato da B Lab, reso disponibile gratuitamente anche in italiano e già stato adottato da oltre 70.000 aziende nel mondo. Il BIA permette di misurare con un numero su una scala da 0 a 200 l'impatto che l'azienda genera sui propri dipendenti, le comunità in cui opera e l'ambiente.

**SB** - *Società Benefit*, è una qualificazione giuridica che le società possono decidere di adottare, introdotta in Italia nel 2016 e presente nel mondo in 34 stati americani (come *Benefit Corporation*) e in Colombia, che identifica le aziende che nell'esercizio dell'attività d'impresa, perseguono volontariamente oltre allo scopo di lucro anche una o più finalità di beneficio comune. Per diventare Società Benefit le aziende devono quindi modificare il proprio statuto per impegnarsi formalmente a creare un impatto positivo sulla società e la biosfera.

**B LAB** – è l'ente non profit che ha creato e promuove il movimento delle B Corp. nel mondo con la visione di creare un nuovo modello economico che usi il business come una forza positiva e crei una prosperità condivisa e duratura. Oltre a rilasciare la certificazione B Corp., promuove nel mondo l'adozione a livello governativo dell'istituto giuridico che regola le *Benefit Corporation* e affianca centinaia di migliaia di aziende per misurare in modo rigoroso e migliorare il proprio impatto positivo su società e ambiente.

---