



FARMACIE
**APOTECA
NATURA**

Per una salute consapevole



RELAZIONE DI IMPATTO 2020

APOTECA NATURA
Società Benefit

Certified



Corporation



FARMACIE
**APOTECA
 NATURA**
 Per una salute consapevole

Indice

Introduzione

Lettera dell'Amministratore Unico	6
Un nuovo modo di fare Farmacia	8
Il primo Audit Civico delle Farmacie	10
Un nuovo format di Farmacia	12
La storia di Apoteca Natura	14
Il primo Network di Farmacie Benefit® al mondo	16
Apoteca Natura in numeri	18
Rendicontazione dell'impatto	20
<i>Focus: che cos'è una società benefit</i>	21

PARTE 1

Risultati Impatto complessivo	22
<i>Focus: cos'è il bia</i>	23
Sustainable Development Goals (SDGs)	24
L'SDGs Action Manager	25
Il contributo di Apoteca Natura agli SDGs	26

PARTE 2

Risultati relativi alle finalità specifiche di beneficio comune	28
Presentazione dei risultati	30
Prima finalità - Promozione del Modello Benefit	32
<i>Focus: Il primo Network di Farmacie Benefit al mondo</i>	34
Obiettivi 2021	35
Seconda finalità - Prevenzione ed educazione per una salute consapevole	36
<i>Focus: Protocollo Farmacia Protetta</i>	42
Obiettivi 2021	43
Terza finalità - Valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci	44
<i>Focus: L'offerta naturale all'interno del percorso di Salute Consapevole</i>	46
Obiettivi 2021	47
Quarta finalità - Moltiplicazione dell'impatto positivo	48
<i>Focus: Apoteca Natura a fianco dei presidi Caritas</i>	52
Obiettivi 2021	53
Tabelle di raccordo tra obiettivi e risultati 2020	54
Nota metodologica	64



FARMACIE
**APOTECA
NATURA**
Per una salute consapevole

Relazione di impatto
Apoteca Natura

2020

Società Benefit



APOTECA NATURA

2000-2020

**“Per una salute
consapevole”**



Lettera dell'Amministratore Unico



Massimo Mercati
Amministratore Unico
Apoteca Natura

Questa edizione della Relazione di impatto Apoteca Natura ha un significato diverso. **Raccontare un anno come il 2020 non è affatto semplice.** È stato un anno che ci ha messo a dura prova, sia a livello personale che professionale, con una prospettiva di incertezza rispetto al ritorno ad una cosiddetta **“nuova normalità”**, al termine della pandemia tuttora in corso.

Anche nei mesi più duri dell'emergenza, mentre si chiudevano i luoghi di lavoro, le scuole, i centri di aggregazione e si sospendeva la libera circolazione, **la farmacia ha continuato ad essere uno dei pochi servizi essenziali** ad alzare ogni giorno le saracinesche. I farmacisti hanno dovuto affrontare l'onda d'urto della paura dando risposte alle difficoltà di una quotidianità che nessuno avrebbe mai creduto di dover vivere.

Il 2020 doveva essere un anno di festa: il nostro ventesimo anno di festa, il nostro ventesimo anno dalla fondazione. È stato invece **un anno di riflessione, oltre che di impegno intenso.** Un anno che ha reso ancora più evidente come non sia possibile pensare al benessere individuale, senza considerare il bene di chi ci circonda.

Un concetto per noi connaturato nella scelta stessa di essere una **Società Benefit**, ovvero nell'**aver**

sancito ufficialmente il nostro impegno, inserendo alcune finalità di beneficio comune **nel nostro statuto.**

Quando nel 2019 Apoteca Natura ha ricevuto la prima **certificazione B Corp**, è stata riconosciuta dall'ente internazionale B Lab la nostra capacità di essere **“moltiplicatori di impatto positivo”.**

Abbiamo così intrapreso un percorso che ci ha portati ad un ulteriore **sviluppo del nostro modello di Farmacie Benefit®: attraverso il nostro supporto, le farmacie misurano il proprio impatto e sono guidate all'adozione della forma giuridica di Società Benefit e/o all'ottenimento della certificazione B Corp.**

Crediamo che tutti questi elementi ci aiutino, ora più che mai, **a essere realmente parte di una comunità** e a riscoprire il significato di questa parola.

Il 2020 è stato tuttavia anche un **anno di opportunità.** La più importante per chi come noi opera in questosectore, è la consapevolezza che la salute è uno dei bisogni primari per eccellenza. Un bisogno da soddisfare con un percorso integrato in cui la cura della malattia appare fondamentale quanto la costante attenzione alla prevenzione.

“Dopo venti anni di cammino, abbiamo costruito una grande rete di persone che condividono valori e che attraverso il proprio lavoro fanno la differenza nella vita delle persone”.

In tutto questo assumono un ruolo determinante e centrale le conoscenze e competenze dei professionisti sanitari in quanto capaci di guidare le persone in questo percorso.

Mettere al centro dell'attenzione la salute significa anche riscoprire il suo profondo legame con l'ambiente, secondo un nuovo concetto di **ecologia della salute**. **L'elemento “Green” è del resto centrale nel New Deal europeo e nel piano di ricostruzione Next Generation Eu** insieme alla digitalizzazione.

Gli enormi cambiamenti che abbiamo vissuto hanno portato con sé, infatti, anche un importante **sviluppo degli strumenti digitali**, diventati ancora più centrali in tanti aspetti della nostra vita, salute compresa. Per la Farmacia la risposta non può che passare da un'offerta caratterizzata dall'**omnicanalità**, che accompagna sempre la persona nel suo percorso di cura e benessere.

In questo contesto emergono dunque con ancora più forza parole quali **Salute, Sostenibilità, Scienza, Innovazione, Tecnologia, Prossimità, che sono da sempre i valori che guidano il pensiero e l'azione di Apoteca Natura**.

Ne sono la dimostrazione la scelta di mettere sempre al centro

delle nostre farmacie il ruolo sociosanitario del farmacista e gli strumenti messi a disposizione per la rete e per le persone.

Il nostro è un modello di farmacia che sceglie prodotti veramente naturali per la loro azione fisiologica. Lo fa perché ha sviluppato una **visione complessiva della persona**, che tiene conto delle connessioni tra tutte le funzioni fisiologiche dell'organismo e tra le persone e il contesto in cui vivono.

Il progetto Apoteca Natura offre alla farmacia tutti gli strumenti necessari per affermarsi come punto di riferimento della salute all'interno del proprio territorio. Un punto di riferimento di cui oggi più che mai si sente un profondo bisogno.

Dopo **venti anni di cammino**, abbiamo costruito una grande rete di persone che condividono valori e che attraverso il proprio lavoro fanno la differenza nella vita delle persone. Grazie a questo percorso siamo pronti a dare il nostro contributo per un futuro che deve essere di rinascita per tutti.



Massimo Mercati
Amministratore Unico Apoteca Natura





FARMACIE
APOTECA
NATURA

Per una salute consapevole

Un nuovo modo di fare Farmacia

Per essere realmente significativi nella vita delle persone, occorre fare la differenza, creare valore. Questo è il senso profondo del lavoro quotidiano della rete Apoteca Natura. Un nuovo modo di fare Farmacia: dalle merci alle persone.

La storia del Network

Apoteca Natura nasce nel 2000, non come una catena di proprietà, ma un network internazionale di circa **1.000 Farmacie indipendenti che preserva le peculiarità di ogni realtà imprenditoriale in ogni territorio**. La rete di farmacie è caratterizzata da un modello "Glocal":

- **"Global"** perché la farmacia entra nel network grazie ad un contratto di affiliazione che le dà il diritto di utilizzare un marchio-insegna in esclusiva, oltre a permetterle di accedere ad un sistema internazionale che integra formazione, servizi di assistenza e di marketing;
- **"Local"** perché al contempo il modello crea sinergie che le permettono di conservare la propria identità e autonomia come specifico presidio del territorio.

Si tratta di un sistema innovativo nel retail della salute, promosso dal Gruppo Aboca e diventato nel 2013 Apoteca Natura S.p.A., una società dedicata esclusivamente alla gestione della rete. All'insegna dell'innovazione, Apoteca Natura S.p.A. ha acquisito nel 2016 l'80% delle 21 Farmacie Fiorentine A.Fa.M. S.p.A., che rappresentano un laboratorio di ricerca e sviluppo a supporto della rete.

Siamo un network di farmacie indipendenti

1.000
Farmacie

Dal 2016

21
Farmacie Comunali di Firenze





Apoteca Natura crede fermamente nel ruolo sociale e civico svolto dalle farmacie che, sempre di più, sono chiamate a svolgere un servizio indispensabile di presidio territoriale e di avamposto per la salute collettiva.

Il nostro è un modello di farmacia basato sulla specializzazione in salute

capace di valorizzare la professionalità del farmacista all'interno della filiera sanitaria, con un orientamento al Bene Comune nel territorio in cui opera. L'assortimento dei prodotti è accuratamente

selezionato e supportato da una strategia di comunicazione e marketing. A questo si aggiungono i servizi sociosanitari offerti all'interno della farmacia.

La professionalità del farmacista è al centro

Il ruolo dei professionisti che lavorano all'interno della Farmacia è centrale. Per questo motivo, Apoteca Natura è sempre impegnata nel mettere a disposizione del farmacista e dei suoi collaboratori nuove modalità di formazione, attraverso un mix di formazione residenziale ed e-learning per permetterne il coinvolgimento in un processo di apprendimento continuo sia di natura gestionale che professionale. La formazione rappresenta un requisito indispensabile per l'appartenenza delle farmacie al network: Apoteca Natura richiede un numero minimo di 15 crediti formativi per mantenere l'iscrizione al network.

**La formazione:
un criterio
fondamentale
di appartenenza
alla rete**

Per una salute
consapevole



Il coinvolgimento attivo della persona: Il primo Audit Civico delle Farmacie

Il progetto "Audit Civico delle Farmacie"¹, realizzato in partnership con Cittadinanzattiva², ha l'**obiettivo** di coinvolgere le farmacie della Rete in un processo di **valutazione civica** che permetta di rilevare, dal punto di vista dei cittadini, **la qualità dei servizi offerti**.



Quest'approccio è stato sviluppato in coerenza con il percorso di crescita qualitativa intrapreso dal Network, nel quale il **coinvolgimento attivo di tutti gli stakeholder costituisce un tassello fondamentale**.

L'iniziativa rappresenta la prima applicazione dell'Audit Civico alle Farmacie e tra le sue finalità rientra quella di realizzare e testare un modello condiviso di valutazione delle Farmacie, atto ad essere replicato su scala nazionale per mettere in evidenza il punto di vista civico anche nella definizione degli standard di qualità.

¹Per maggiori informazioni sul progetto si rimanda alla pagina ufficiale di Cittadinanzattiva <https://www.cittadinanzattiva.it/progetti-e-campagne/salute/11368-audit-civico-delle-farmacie.html>

²Cittadinanzattiva è un'organizzazione, fondata nel 1978, che promuove l'attivismo dei cittadini per la tutela dei diritti, la cura dei beni comuni, il sostegno alle persone in condizioni di debolezza.



La costruzione del modello di valutazione si è basata sui Principi della Carta della Qualità della Farmacia, realizzata in partnership con Federfarma, e della Carta Europea dei Diritti. **I fattori di qualità valutati** sono: accessibilità e continuità del servizio, elementi strutturali, organizzativi e dotazioni, rispetto della privacy e della riservatezza, presa in carico, informazione e comunicazione, servizi erogati in farmacia, educazione alla salute e campagne, attività dedicate alla sicurezza e alla farmacovigilanza, verifica di standard di qualità, grado di integrazione della farmacia nei servizi socio-sanitari, formazione, miglioramento del servizio e partecipazione civica. A seguito della raccolta dati e valutazione viene prodotto il **Piano di miglioramento**, documento elaborato dall'équipe di Cittadinanzattiva nel quale le **criticità** emerse vengono selezionate e classificate in base a una serie di criteri, al fine di pianificare **azioni** di miglioramento **sostenibili**.

L'Audit Civico® è stato condotto sulle 21 Farmacie Comunali AFAM di Firenze³, Società Benefit controllata da Apoteca Natura. A partire da quest'esperienza il modello di Audit Civico® sarà reso disponibile a tutte le farmacie aderenti al Network a livello nazionale.

Il progetto si avvale di un Comitato scientifico-istituzionale composto oltre che da Apoteca Natura dai seguenti stakeholder: Cittadinanzattiva, Federfarma, ISS-Istituto Superiore di Sanità, Assofarm-Aziende e Servizi Socio-Farmaceutici, Fofi-Federazione Ordini farmacisti Italiani, Utifar-Unione Tecnica Italiana Farmacisti, Sunifar-Sindacato Unitario dei Farmacisti rurali.

Un nuovo format di Farmacia per porre la persona al centro

Nel 2018 è stato progettato un nuovo format di farmacia: per porre concretamente al centro l'utente e i suoi bisogni gli spazi sono stati ripensati per coinvolgere attivamente la persona nel proprio percorso di salute, grazie a:

- **strumenti esperienziali e tecnologici;**
- un'area dedicata all'**apprendimento** e alla prova dei prodotti;
- una suddivisione espositiva non articolata per categorie merceologiche, bensì per mondi di salute, con informazioni e suggerimenti per ciascuno.



Il Farmacista affianca il cliente lungo il percorso di consiglio anche grazie alla **App Consiglio Pro**, consultabile tramite i tablet disponibili in Farmacia.

La prima farmacia in linea con questo concept è stata realizzata rimodernando la Farmacia di Ponte a Greve a Firenze, facente parte delle **farmacie Comunali AFAM di Firenze**.

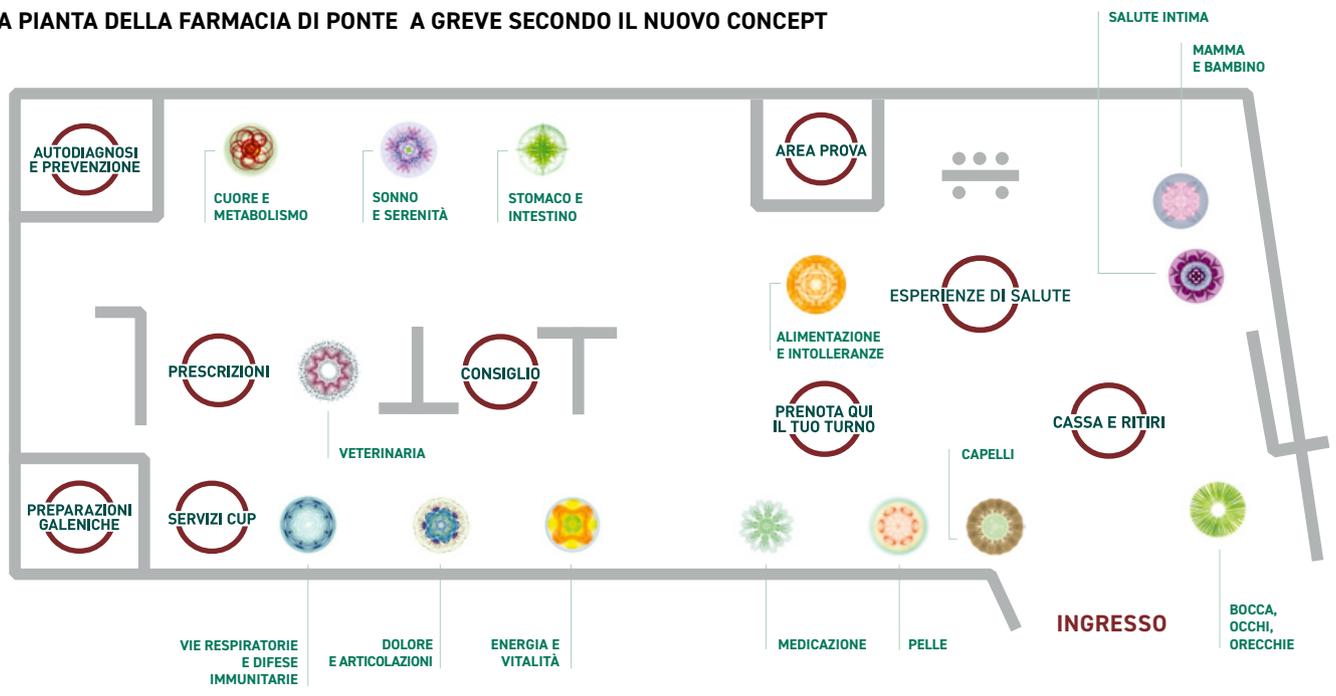


Farmacia di Ponte a Greve, Firenze



Farmacia di Ponte a Greve, Firenze

LA PIANTA DELLA FARMACIA DI PONTE A GREVE SECONDO IL NUOVO CONCEPT



Questa farmacia è stata la prima in Europa ad ottenere la certificazione **LEED Retail**, standard di certificazione energetica e di sostenibilità che prende in considerazione aspetti ambientali, sociali, economici e di salute.

Nella realizzazione sono stati seguiti i più evoluti standard di risparmio energetico³ ed impiegati materiali con alte prestazioni di sostenibilità ambientale⁴ e **basso emissivi**, al fine di ridurre all'interno dell'edificio i contaminanti che risultano odorosi, irritanti e/o nocivi per il comfort ed il benessere delle persone.

³Sono stati installati sistemi di regolazione termica e d'illuminazione per tutti gli ambienti in modo da minimizzare i consumi.

⁴Con risorse provenienti da fornitori locali e impiegando materie prime riciclate.

La storia di Apoteca Natura



**PRIME 100
FARMACIE**

**INIZIO
COLLABORAZIONE
CON SIMG**



**NASCITA PROTOCOLLI
DI CONSIGLIO PER
ESIGENZA DI SALUTE**

**ACCORDO SU
PROGRAMMI DI
PREVENZIONE
CON ISTITUTO
SUPERIORE DI
SANITÀ**



2000

2004

2010

2011

2012

2013

**NASCITA RETE
ITALIANA**



**PRIME 500
FARMACIE**

**PRIMA CAMPAGNA
DI PREVENZIONE
CARDIOVASCOLARE**

**LANCIO PORTALE
APOTECA NATURA**



**LANCIO DEI PRODOTTI
A MARCHIO**

NASCITA DISCIPLINARE
per la selezione dei prodotti
destinati all'assortimento
delle farmacie

**LANCIO PROGETTO DI
FORMAZIONE TECNICA**
in farmacia

NASCITA RETE IN SPAGNA





**FARMACIE
APOTECA
NATURA**

Per una salute consapevole



**LANCIO PIATTAFORMA
HEALTH & LOYALTY
SYSTEM con la App
MyApotecaNatura**



**LANCIO CARTA
FEDELTA' MyCard**



**FARMACIE
APOTECA
NATURA**

Per una salute consapevole

**SUPPORTO ALLE
FARMACIE PER GESTIONE
EMERGENZA SANITARIA
COVID-19**

**DONAZIONE A CARITAS
DA PARTE DI TUTTO IL
NETWORK**

2016

2017

2019

2020

2021



**ACQUISIZIONE
80% FARMACIE
COMUNALI DI
FIRENZE**



**APOTECA NATURA
SI TRASFORMA
IN SOCIETÀ
BENEFIT E
SI CERTIFICA
B-CORP**



**1.000 FARMACIE
A LIVELLO
INTERNAZIONALE**

**NASCITA RETE IN
PORTOGALLO**



Siamo il primo Network di Farmacie Benefit[®] al mondo

Nel 2019 Apoteca Natura diventa Società Benefit e si certifica B Corp[®], promuovendo il **modello Benefit** presso le farmacie del Network.

Certified

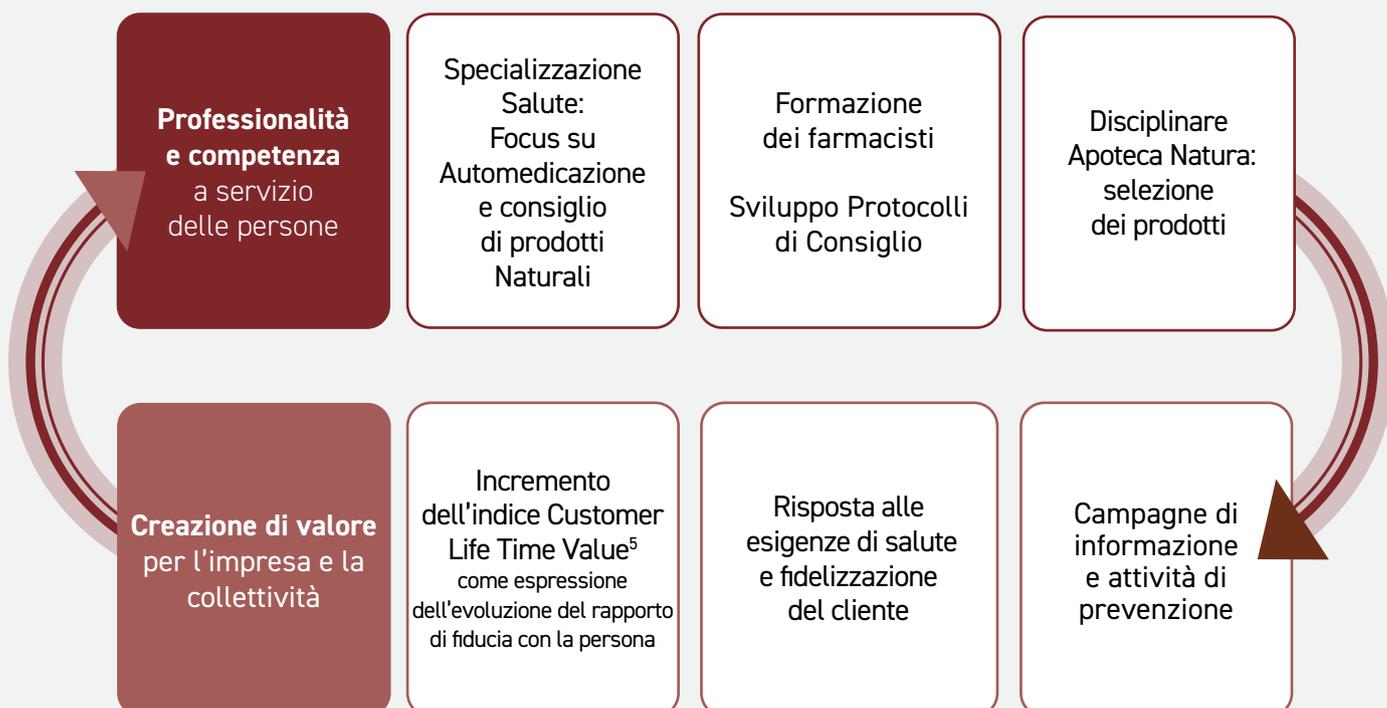


Corporation

Business model

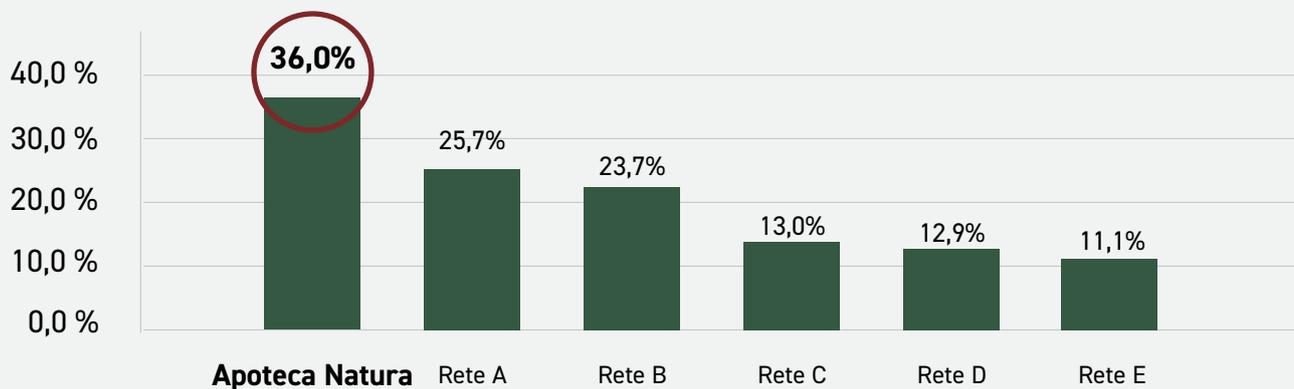
Il modello di business di Apoteca Natura si basa sulla creazione di valore condiviso:

- Porre il farmacista nella migliore condizione per prendersi cura delle persone garantisce un servizio alla comunità e la sostenibilità economica dell'impresa.
- La farmacia come impresa socio-sanitaria che persegue, oltre alle finalità di profitto, anche finalità di beneficio comune e ne fa una ragione costitutiva del suo essere impresa e rete di imprese.



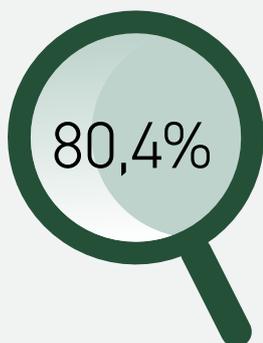
⁵Customer Life Time Value: insieme di fattori volti a misurare l'attrazione, la fidelizzazione e il valore generato dall'interazione tra farmacista e cliente finale.

Notorietà



Fonte: Interactive Market Research, dicembre 2020.

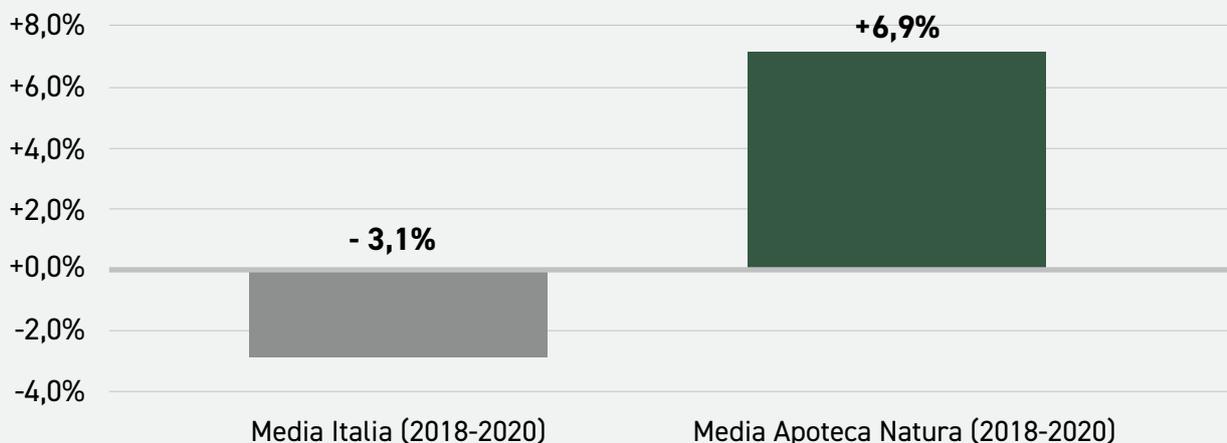
Fiducia



Una relazione basata sulla fiducia è molto più forte e più stabile nel tempo, difficilmente replicabile e intaccabile.

Fonte: Interactive Market Research, dicembre 2020.

Trend fatturato globale farmacie Apoteca Natura e media farmacie Italia



DATO ITALIA: Fonte dati Pharmatrend IQVIA - Panel totale farmacie Italia - trend aggregato 2018/2020

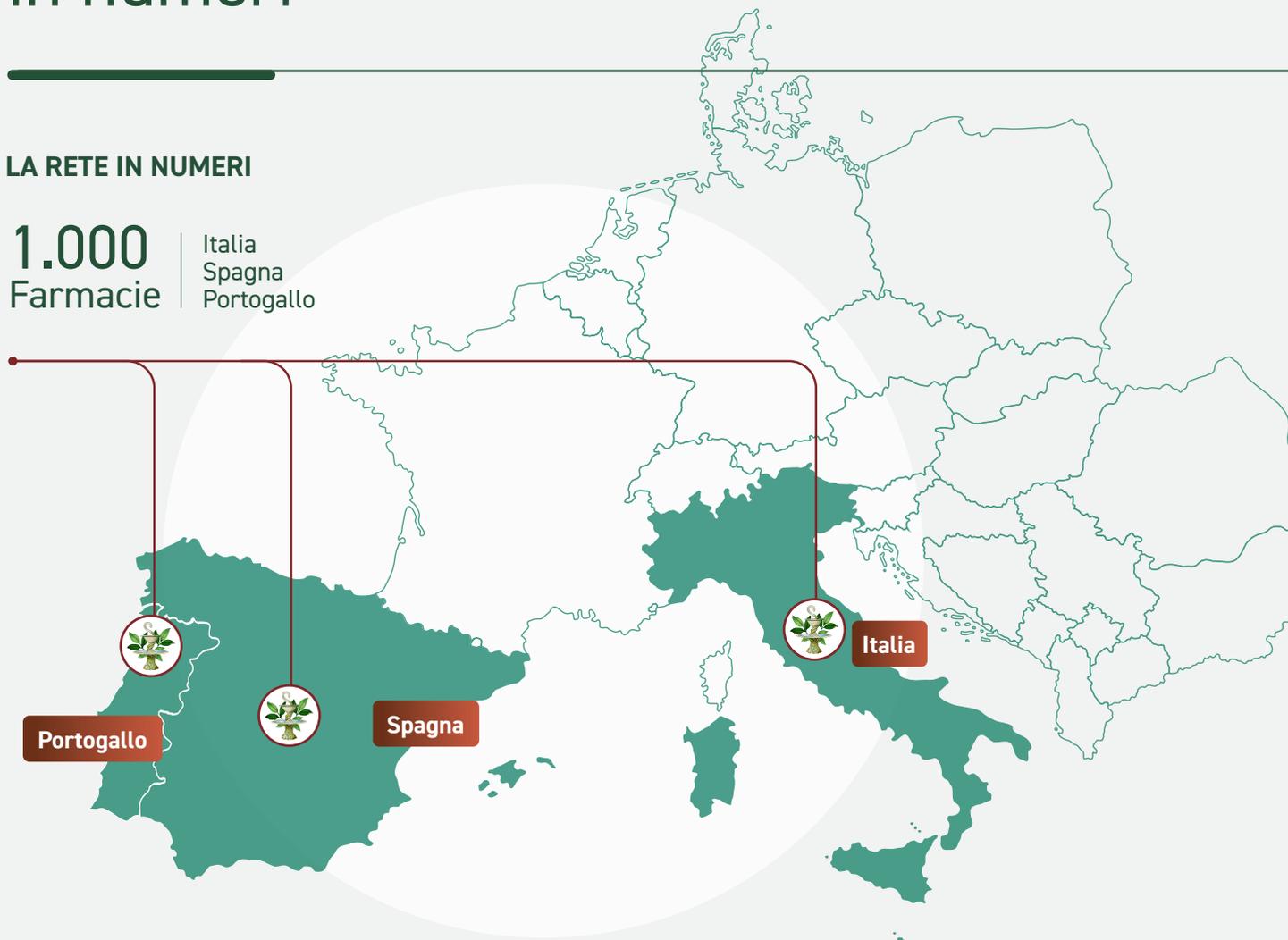
DATO APOTECA NATURA: Panel di 50 Farmacie entrate in Apoteca Natura nel 2018 - trend aggregato 2018/2020

Apoteca Natura in numeri

LA RETE IN NUMERI

1.000
Farmacie

Italia
Spagna
Portogallo



LE ATTIVITÀ DI APOTECA NATURA



250.000

Persone servite
ogni giorno



40.000

Servizi di prevenzione
erogati all'anno



300+

Prodotti
naturali scelti attraverso
il Disciplinare
Apoteca Natura



20.000

Persone all'anno coinvolte
in eventi territoriali

FATTURATO APOTECA NATURA



**complessivo 7,4
milioni di euro⁶**



ITALIA

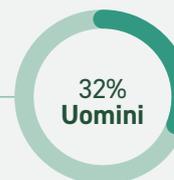
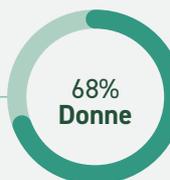


SPAGNA

DIPENDENTI



50 Dipendenti



FARMACISTI



**5.500
Farmacisti
aderenti
alla Rete**



**1,6 € miliardi
fatturato aggregato**
delle farmacie
appartenenti al Network



**oltre 33
milioni di €
fatturato
AFAM**



170.000

Ore di formazione
all'anno erogate ai
farmacisti della Rete



322.000

Download della
App MyApotecaNatura



20+

Collaborazioni fra enti,
Società scientifiche e Università

⁶ contribuisce al risultato economico complessivo di Apoteca Natura anche una quota di partecipazione al 30% in Aponatura Portugal, entità creata nel 2019 e con fatturato complessivo di 166.191,00 € nel 2020, che non rientra all'interno del perimetro di questa relazione. Rientra nel fatturato consolidato di Apoteca Natura anche il fatturato di AFAM.



FARMACIE
**APOTECA
NATURA**

Per una salute consapevole



Rendicontazione dell'impatto

Conoscere l'impatto economico, sociale ed ambientale generato da un'impresa nell'esercizio della propria attività aiuta a comprendere la situazione in cui si trova ed è il punto di partenza imprescindibile che le permette di migliorarsi. Questo aspetto diventa tanto più importante alla luce dei grandi cambiamenti che la pandemia COVID-19 ha innescato nella quotidianità e nel modo di lavorare.

Questo concetto, unito alla visione sistemica d'impresa che Apoteca Natura ha sposato fin dalle proprie origini, sono state al centro della volontà dell'azienda di **adottare lo status giuridico di Società Benefit**. Nello specifico, per ottemperare agli obblighi stabiliti dalla Legge 28-12-2015 n. 208 (Commi 376-384) in materia di Società Benefit, l'azienda misura e rendiconta il proprio impatto.

Le pagine che seguono sono state divise in due parti: la "**Parte 1**" presenta una **valutazione dell'impatto complessivo di Apoteca Natura**, con riferimento ad Apoteca Natura SpA e alle filiali estere controllate; la "**Parte 2**" presenta i risultati raggiunti da Apoteca Natura SpA in riferimento alle **finalità specifiche di beneficio comune**, inserite nello statuto dell'azienda insieme agli obiettivi posti per il 2021. In aggiunta, anche in questo caso, sono fornite, ove pertinente, le informazioni riferibili alle filiali estere.

Che cos'è una Società Benefit



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 sull'ambiente.

Le Società Benefit rappresentano da questo punto di vista un'evoluzione del concetto stesso di impresa, in quanto puntano al raggiungimento di una reale sostenibilità a livello economico, ambientale e sociale.

Le Società Benefit hanno due caratteristiche fondamentali:

- **Esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia shareholder che stakeholder, nel proprio oggetto sociale.**
- **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.**

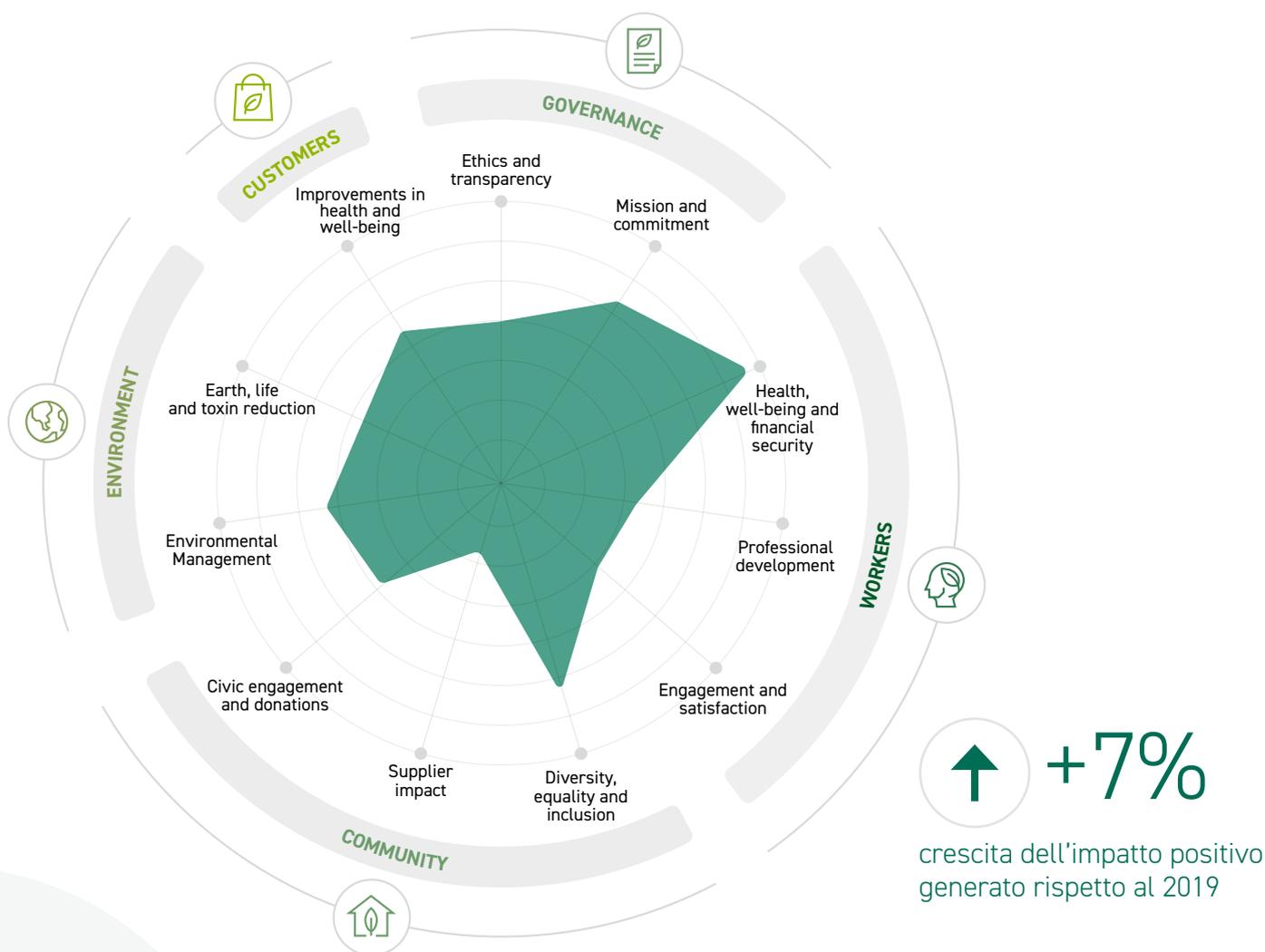
Le Società Benefit, in Italia come negli USA, **perseguono volontariamente**, oltre allo scopo di lucro, anche una o più finalità di beneficio comune nell'esercizio dell'attività d'impresa. Per beneficio comune si intende il **perseguimento di uno o più effetti positivi (perseguibili anche riducendo gli effetti negativi) su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interessi**. Le Società Benefit si impegnano a realizzare tali finalità di beneficio comune in modo **responsabile, sostenibile e trasparente**. Questo approccio richiede ai manager il bilanciamento tra l'interesse dei soci e l'interesse della collettività.

Le Società Benefit devono nominare una persona del management che sia responsabile dell'impatto dell'azienda e si impegnano a riportare in maniera trasparente e completa le proprie attività attraverso una **relazione annuale di impatto**, che descriva sia le azioni svolte che i piani e gli impegni per il futuro. Al momento della redazione di questo documento, le Società Benefit non godono di incentivi di tipo economico o fiscale relativi all'attività d'impresa, per cui oltre a rappresentare un valore per la società, non determinano aggravii per i contribuenti.

PARTE 1 - Risultati impatto complessivo

Per la rendicontazione dell'impatto è stato scelto lo standard internazionale **Benefit Impact Assessment (BIA)**, strumento che ha inoltre consentito ad Apoteca Natura di ottenere, su base volontaria, la certificazione B Corp. La certificazione ha una validità di tre anni. Apoteca Natura provvede comunque a realizzare una rendicontazione dell'impatto complessivo su base annuale, al fine di valutare l'evoluzione del proprio profilo di impatto e fornire dati sempre aggiornati all'interno della propria relazione d'impatto annuale.

Il grafico riporta l'impatto complessivo di Apoteca Natura relativo all'anno 2020. L'impronta è tracciata dal BIA relativamente alle aree Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti.



Nel grafico le cinque aree sono suddivise in undici sezioni tematiche. I punteggi massimi ottenibili in ciascuna sezione all'interno del BIA variano molto a seconda della tipologia di impresa, infatti lo strumento è costruito per far spiccare la vocazione principale dell'azienda oggetto di analisi: nel caso specifico di Apoteca Natura, come si può vedere, costituiscono elementi di eccellenza l'orientamento alla salute e benessere del cliente e dei lavoratori, la sensibilità ai temi ambientali, l'impegno profuso all'interno delle comunità.

FOCUS

Che cos'è il BIA



Il Benefit Impact Assessment è un benchmark sviluppato dall'ente non-profit B Lab. Questo strumento permette di **valutare, in modo quantitativo e rigoroso, l'impatto sociale ed ambientale generato da un'azienda.**

Il BIA viene eseguito tramite una piattaforma online, all'interno della quale è richiesto all'azienda di fornire informazioni di tipo qualitativo e quantitativo con un apposito questionario. Lo strumento si adatta all'azienda durante il percorso di analisi, in quanto utilizza un questionario composto da diverse centinaia di domande cui si accede a seconda delle risposte fornite in quelle precedenti. Proprio per questa adattabilità, ciascuna delle **cinque aree di cui il BIA si compone (Governance, Ambiente, Comunità, Lavoratori e Clienti)** presenta un punteggio massimo differente dalle altre e che varia a seconda del settore di appartenenza dell'azienda. I quesiti restituiscono un punteggio complessivo su una **scala che va da 0 a 200**. Una volta completata l'analisi, le aziende che abbiano superato gli **80 punti** possono scegliere di ottenere la certificazione B Corp. Questa soglia rappresenta **il punto di pareggio tra quanto l'azienda prende dalla società e dall'ambiente rispetto a quanto restituisce, passando da un modello puramente estrattivo a uno rigenerativo**. Al momento **in Italia si contano oltre 100 B Corp certificate, mentre in tutto il mondo ce ne sono oltre 3.900.**



FARMACIE
**APOTECA
NATURA**
Per una salute consapevole

Apoteca Natura ha completato il processo di verifica del proprio BIA da parte di B Lab ed ha ottenuto il riconoscimento della certificazione B Corp nel 2019 con un punteggio verificato di 89.4 punti, un risultato straordinario considerando che il B Impact Assessment è stato utilizzato da più di 130.000 aziende nel mondo, ma soltanto il 3%⁷ di queste ha superato la soglia degli 80 punti.

Il risultato è tanto più significativo poiché Apoteca Natura ha sostenuto per la prima volta questo iter di certificazione, che le ha riconosciuto un costante impegno verso un modello di sviluppo sostenibile volto a moltiplicare il suo impatto positivo **attraverso tutta la rete di circa 1.000 farmacie.**

Certified



Corporation

89.4 punti

⁷Corrispondenti a 3.900 organizzazioni, dati aggiornati al 31/12/2020.



Sustainable Development Goals (SDGs)

I **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile**, elaborati dal **Global Compact delle Nazioni Unite** in collaborazione con diversi stakeholder a livello globale, costituiscono una grande sfida per tutti i Paesi e le organizzazioni del mondo.

L'azienda ha ritenuto quindi importante individuare gli SDGs ai quali possiamo contribuire in maniera più diretta grazie alla nostra attività.

Nel corso del 2020 è stata condotta un'analisi approfondita dei 169 target specifici raggruppati nei 17 macro-obiettivi, sovrapponendoli alle finalità di beneficio comune inserite nel nostro statuto. L'analisi condotta ha consentito di individuare gli SDGs ai quali Apoteca Natura, grazie alle sue peculiarità nella gestione e al suo orientamento alla creazione di Bene Comune, è in grado di contribuire.

L'SDGs Action Manager

Per valutare il contributo dell'azienda agli obiettivi selezionati, Apoteca Natura si è misurata con l'SDGs Action Manager, una piattaforma online nata dall'integrazione del B Impact Assessment della non-profit statunitense B Lab con i Principi del Global Compact Network delle Nazioni Unite⁸. Dalla stretta collaborazione tra i due enti internazionali è nato **uno strumento in grado di indicare quanto un'azienda stia contribuendo al raggiungimento del singolo obiettivo rispetto al suo potenziale.**

La piattaforma si divide in 17 moduli distinti. Il primo è costituito dal "Modulo base" che presenta una serie di quesiti divisi in 4 aree tematiche:



DIRITTI UMANI



AMBIENTE



STANDARD LAVORATIVI



ANTICORRUZIONE

Le restanti 16 sezioni sono dedicate ciascuna ad un Sustainable Development Goal e presentano a loro volta una divisione in 4 aree tematiche in cui si collocano quesiti che permettono di analizzare l'impatto generato sullo specifico obiettivo.



BUSINESS MODEL



OPERAZIONI INTERNE



CATENA DI FORNITURA



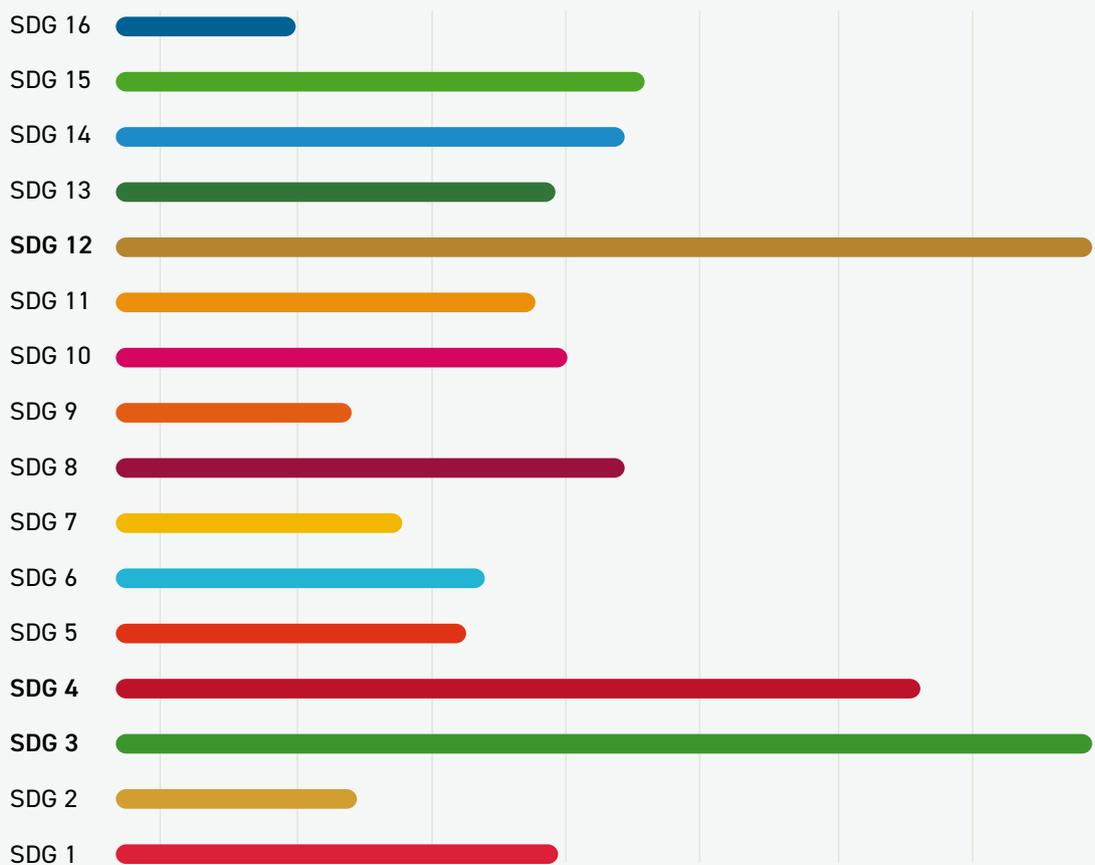
AZIONE COLLETTIVA

Di seguito sono presentati graficamente i risultati dell'analisi condotta su Apoteca Natura.

⁸La quantificazione del contributo agli SDGs è stata condotta attraverso un'auto-valutazione tramite la piattaforma gratuitamente disponibile al sito <https://www.unglobalcompact.org/take-action/sdg-action-manager>.

Il contributo di Apoteca Natura agli SDGs

Risultati dell'analisi condotta con l'SDGs Action Manager sul contributo di Apoteca Natura agli obiettivi ONU:



L'utilizzo dei loghi che si trovano nella pagina successiva è stato autorizzato dalle Nazioni Unite. Per maggiori informazioni sugli SDGs e sul Global Compact Network si invita a visitare il seguente sito <https://www.un.org/sustainabledevelopment>.

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile che caratterizzano Apoteca Natura

Lo strumento ci ha permesso di avere un'ulteriore evidenza delle nostre principali aree di impatto rispetto agli SDGs: Apoteca Natura **eccelle in particolare nel raggiungimento degli obiettivi 3, 4 e 12**⁹.

Di seguito vengono descritti tre obiettivi e presentiamo un dettaglio delle iniziative maggiormente valorizzate¹⁰.

La salute delle persone a livello globale è minacciata dai cambiamenti climatici e dalla contaminazione degli ecosistemi nei quali viviamo. In questo contesto l'SDG 3 intende favorire assistenza sanitaria diffusa e riduzione dell'incidenza di patologie legate all'inquinamento o a stili di vita poco salutari.

Apoteca Natura contribuisce, per sua stessa natura, tramite **attività di prevenzione** destinate ai clienti delle farmacie, utili ad individuare i rischi di insorgenza di patologie. La prevenzione, insieme all'**attività di formazione** destinata al farmacista sui Protocolli di Consiglio per Esigenza (PCE), permette di indirizzare il paziente verso il percorso di cura più adatto. Significativa è anche la **divulgazione continua di informazioni tramite il blog Siamo Benefit** ed i tanti **servizi di orientamento verso stili di vita più sani** (articoli di approfondimento, Protocollo farmacia Protetta per prevenzione contagio COVID, Guida Alimentare).



L'SDG 4 si concentra sulla formazione di qualità per migliorare capacità e conoscenze delle persone e consentire l'accesso a opportunità professionali e condizioni di vita migliori, favorendo un orientamento culturale verso lo sviluppo sostenibile della società.

Apoteca Natura favorisce quest'obiettivo grazie al **sistema di Sviluppo del Personale** implementato nel corso del 2020 per analizzare le competenze comportamentali e tecnico professionali dei dipendenti, dando a tutti la possibilità di migliorarsi rispettando le proprie peculiarità. Contribuiscono all'SDG 4 i **programmi di formazione a disposizione dei nostri clienti**, per favorire la conoscenza sull'impiego di fitocomplessi naturali nella cura della salute e nella gestione della farmacia e dei collaboratori.



A causa degli attuali modelli produttivi si stima che nel 2050 saranno necessari tre pianeti per far fronte ai consumi di 9,6 miliardi di persone. La sfida dell'SDG 12 è quella di garantire il benessere della popolazione attraverso un utilizzo efficiente ed equo delle risorse naturali.

Apoteca Natura contribuisce al raggiungimento dell'SDG 12 proponendo **prodotti dal contenuto biodegradabile**, creati valorizzando una **filiera produttiva rigorosamente in linea con il metodo di agricoltura biologica** che caratterizza le materie prime impiegate, utilizzando **carta certificata FSC¹¹ e PEFC¹²** sia per i materiali di packaging che per i consumabili da ufficio. Altro contributo offerto dall'azienda è la creazione e **promozione attraverso tutte le farmacie affiliate di iniziative di sensibilizzazione** per migliorare la conoscenza del consumatore riguardo ad abitudini di consumo meno impattanti a livello ambientale e sociale.



⁹ Considerando le indicazioni fornite dalla piattaforma SDGs Action Manager, sulla base dei risultati delle oltre 500 imprese italiane che si sono misurate con lo strumento al 31/12/2020.

¹⁰ Per le descrizioni degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e la loro applicazione al mondo delle imprese ci siamo basati sulle indicazioni riportate nel sito di Global Compact Network Italia (<https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/sdgs/business-sdgs.html>).

¹¹ Forest Stewardship Council <https://fsc.org/en>.

¹² Program for Endorsement of Forest Certification schemes <https://pefc.it/>.

PARTE 2 - Risultati relativi alle finalità specifiche di beneficio comune

Lo statuto di Apoteca Natura è stato concepito per formalizzare anche a livello giuridico il nostro impegno per il Bene Comune.

Per questo motivo, l'oggetto sociale esplicita quattro 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.”



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.



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 con considerazione allargata dei fattori ambientali e sociali.



Valorizzazione dei Prodotti Naturali

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.



Moltiplicazione dell'Impatto Positivo

La moltiplicazione dell'impatto positivo delle proprie attività anche attraverso il coinvolgimento attivo dei clienti e delle comunità in cui opera.



Presentazione dei risultati

In questa sezione della Relazione di impatto presentiamo i risultati raggiunti nell'ultimo anno da Apoteca Natura in riferimento alle quattro finalità specifiche di beneficio comune inserite nello statuto, insieme agli obbiettivi che ci poniamo per il 2021.

Per rendere più immediata la lettura dei dati e il nesso tra attività promosse e impatti che hanno concretamente generato, abbiamo scelto di presentare i risultati su tre livelli facilmente individuabili scorrendo la pagina dall'alto verso il basso.

Crediamo che la modalità di presentazione descritta in maniera esemplificativa di seguito possa aggiungere maggiore chiarezza alla nostra Relazione, requisito fondamentale per un'azienda che vuole restituire una reale misurazione dei risultati raggiunti ai propri stakeholder.

GUIDA ALLA LETTURA:

1° LIVELLO:

ATTIVITÀ

“Attività”, descrizione dell'azione promossa da Apoteca Natura.

2° LIVELLO:

DATI/KPI

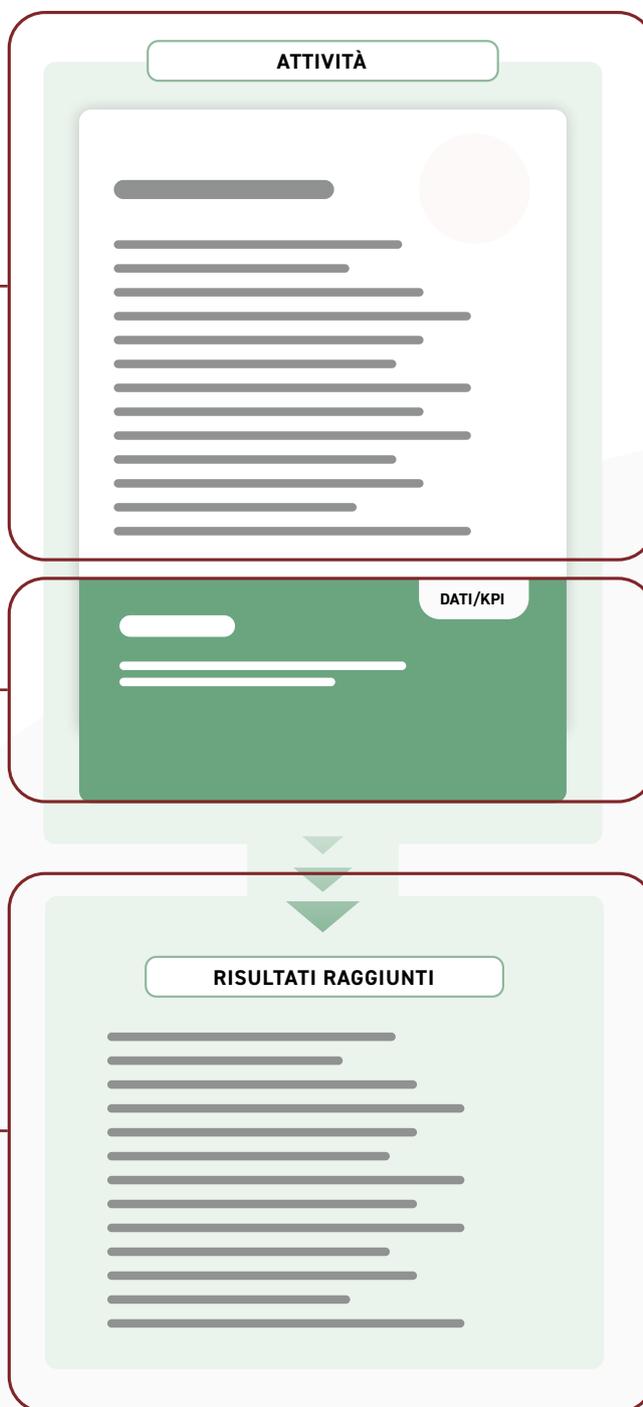
“Dati/KPI”, principali dati qualitativi e quantitativi che caratterizzano l'iniziativa.

3° LIVELLO:

RISULTATI RAGGIUNTI

“Risultati raggiunti”, effetto prodotto rispetto all'obiettivo della finalità di beneficio comune, rappresentato ove possibile con indicatori.

Tutti i risultati riportati concorrono al raggiungimento dell'impatto generato dalle attività di Apoteca Natura.



Prima finalità 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.

ATTIVITÀ



Corso evoluzione internazionale a tema Benefit

Un prestigioso evento internazionale del network dal titolo "La risposta naturale per una salute consapevole. Le Farmacie Apoteca Natura per un Green New Deal" durante il quale si è parlato di modelli di sviluppo sostenibile e Società Benefit.



DATI/KPI

700+ partecipanti
divisi tra farmacisti e altri soggetti che si sono connessi all'evento online



40+ Assemblee Territoriali

In presenza, prima di marzo 2020, e digitali successivamente, con la partecipazione delle farmacie italiane appartenenti al network e con focus su tematiche benefit.



DATI/KPI

3.800+ farmacisti partecipanti

RISULTATI RAGGIUNTI

Oltre 150 farmacie al 31 dicembre 2020 hanno aderito al Modello Benefit.

Apoteca Natura nasce con lo scopo di creare un nuovo modo di fare farmacia che mette al centro il **ruolo socio-sanitario del farmacista**, con la sua capacità di creare valore affiancando le persone nel loro percorso di salute consapevole.

Questo approccio si basa sulla consapevolezza che sia la **creazione di valore** lo scopo fondamentale di qualsiasi impresa e che, solo attraverso questa creazione di valore, si possa raggiungere la **sostenibilità economica**. In questo contesto è stato naturale abbracciare il Modello Benefit e promuoverlo con tutte le farmacie del Network.

Da sempre, infatti, fa parte del nostro DNA un approccio che coniughi il raggiungimento del profitto con l'impatto positivo sul Bene Comune.

Per dare ancora più forza a tutto questo, abbiamo **registrato il marchio "Farmacie Benefit"®** e avviato una serie di attività specifiche per promuovere in ogni farmacia l'impegno per il Bene Comune e la diffusione del Modello Benefit.



Diventare Farmacia Benefit significa iniziare a misurare l'impatto generato dalla propria attività dal punto di vista economico-ambientale e sociale, modificando il proprio statuto per diventare Società Benefit o certificandosi come B Corp.

FOCUS

Il primo Network di Farmacie Benefit® al mondo



Apoteca Natura ha concepito il primo Network di farmacie Benefit® al mondo.

Il Modello Benefit prevede che le farmacie della Rete adottino **formalmente una duplice finalità: profitto e impatto positivo su ambiente e società**, attraverso la firma di **Lettera di impegno** o l'acquisizione della qualifica di **Società Benefit**, se la farmacia è costituita come società. È stato sviluppato un kit di adesione per le farmacie messo a disposizione dei farmacisti attraverso il portale dedicato, dal quale sarà possibile accedere alle aree di:

- **FORMAZIONE:** Videocorsi per spiegare cosa sono le Società Benefit, le B Corp come ciascuna farmacia del Network Apoteca Natura può aderire al modello;
- **ADESIONE AL MODELLO:** Formalizzazione dell'adesione al modello e definizione delle finalità di beneficio comune, firma della lettera di impegno e/o modifica dello statuto per aderire allo status giuridico di Società Benefit;
- **MISURAZIONE:** Quantificazione del proprio impatto attraverso il Benefit Impact Assessment
- **RENDICONTAZIONE:** Compilazione della Relazione di Impatto personalizzata;
- **COMUNICAZIONE:** Utilizzo del materiale comunicativo disponibile sul portale per spiegare e diffondere il modello Benefit agli avventori della farmacia.

150 farmacie hanno avviato questo percorso, tra queste sono diventate Società Benefit e B Corp:

- Farmacia Colutta (Udine);
- Farmacia degli Arsenali (Amalfi);
- Le ventuno Farmacie Fiorentine A.Fa.M. (Firenze)



Obiettivi 2021

Evento di coinvolgimento di tutte le farmacie

per diffondere la consapevolezza sul tema Benefit

Assemblee online e sul territorio

con la partecipazione delle farmacie
con focus su tematiche benefit

Roll-out Modello Benefit in Spagna da settembre 2021¹³

Consulenza del personale Apoteca Natura

in farmacia per promuovere il Modello Benefit attraverso almeno 1
visita annuale dei Key Account Manager

Sezione online dedicata al Modello Benefit

mantenimento e sviluppo



¹³ A causa dell'emergenza sanitaria in corso è difficile stabilire le tempistiche di attuazione di questo obiettivo. Apoteca Natura desidera impegnarsi a realizzare l'attività nel corso del 2021. In caso di impossibilità, l'attività verrà rinviata all'anno successivo.

Seconda finalità 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 con considerazione allargata dei fattori ambientali e sociali.

Apoteca Natura porta la Farmacia verso una completa integrazione sanitaria per la gestione della persona.

Crediamo che consapevolezza e prevenzione siano fondamentali perché ciascuno possa essere seguito nel mantenimento di un pieno benessere. Per questo motivo 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.**

Grazie alla costante formazione e alla collaborazione con la **Società Italiana di Medicina Generale e delle Cure Primarie (SIMG)** e molte altre Istituzioni Scientifiche, Apoteca Natura ha sviluppato competenze approfondite sulle principali esigenze di salute per aiutare le persone ad **individuare eventuali**

fattori di rischio grazie a opuscoli informativi scaricabili e a test da compilare in farmacia, con il supporto del farmacista, oppure direttamente online.

Forte della conoscenza acquisita negli anni e della rete di collaborazioni, il Network ha creato **10 campagne di prevenzione** che vengono promosse periodicamente consegnando ai farmacisti specifici **protocolli di consiglio¹⁴** per permettergli di rispondere alle diverse esigenze dei pazienti. Connessi alle campagne sono stati elaborati una serie di **test di prevenzione** per permettere alla persona di effettuare una verifica per più aree di salute.



IL MECCANISMO RED FLAG

Ogni volta che una persona effettua un test, direttamente in farmacia o da casa, se dall'analisi emergono fattori di rischio significativi, interviene il **meccanismo di segnalazione Red Flag**: insieme agli esiti del test le persone troveranno anche una lettera che presenta potenziali elementi da tenere sotto controllo, redatta automaticamente dal sistema e **all'attenzione del medico** per un suo opportuno intervento. Il farmacista, essendo stato formato secondo gli specifici protocolli di consiglio (PCE), è in grado di indirizzare il paziente e fungere da **prima sentinella per intercettare e prevenire l'insorgere di patologie più gravi.**

¹⁴Protocolli di Consiglio per Esigenza (PCE)

ESIGENZE DI SALUTE



Ci sta
a cuore
il tuo cuore



Dai peso
alla tua
salute



Fai luce
sul tuo
sonno



**Stomaco
e intestino**
al centro
della tua
salute



La salute
delle **vie**
respiratorie



Cogli il fiore
di ogni età
MENOPAUSA
E OSTEOPOROSI

STILI DI VITA



L'ambiente
è salute



Bilancia
la tua salute
LA TUA GUIDA
ALIMENTARE



Promuovi
la tua
salute



La felicità
è salute

Seconda finalità di Beneficio Comune:



Prevenzione ed educazione per una salute consapevole

ATTIVITÀ



Campagne di prevenzione, sensibilizzazione e informazione continuativa



Promozione di campagne di prevenzione:

"Ci sta a cuore il tuo cuore", "Ti siamo vicini, anche a distanza" in Italia e "Fai luce sul tuo sonno", "Dai peso alla tua salute", "Stomaco e intestino al centro della tua salute" in Spagna.

Gli esiti dei test compilati dalle persone sono stati resi disponibili online, insieme ad un servizio telefonico di chiarimento e consiglio da parte del nostro personale specializzato.

Promozione di campagne in favore di stili di vita sani:

"Cogli il fiore di ogni età" (menopausa e osteoporosi), "Promuovi la tua salute" (movimento indoor), "La felicità è salute", "L'ambiente è salute" oltre ad attività di informazione sull'Antibiotico Resistenza e in Spagna "¡Navidad sin#BULOS!" contro le fake news in tema salute.

DATI/KPI

In totale 11 campagne promosse

4.700+ test di prevenzione effettuati di cui **3.200** cardiovascolari
(circa il 18% di nuovi clienti attraverso 379 farmacie attive).



RISULTATI RAGGIUNTI



Riduzione dei fattori di rischio connessi all'insorgenza di problemi cardiovascolari e conseguente impatto positivo sul SSN, come attestato da alcuni studi condotti sulle campagne di prevenzione proposte nel corso degli anni¹⁵.



oltre
10 milioni

di impression su Facebook per le campagne promosse



Oltre
85 mila

visualizzazioni della pagina dedicata alle campagne



Promozione (Protocolli di Consiglio per Esigenza)



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 un corretto stile di vita.

DATI/KPI

3 PCE
nuovi

5 PCE
aggiornati



più di
110 mila click
sul link specifico



1 milione
di visualizzazioni
video

ATTIVITÀ



Formazione



Seminari online, corsi di Alta Formazione, aule tematiche e webinar in diretta e on demand.

Ad ogni attività corrisponde l'erogazione di crediti formativi. Per assicurare l'aggiornamento continuo del farmacista per la cura di esigenze di salute specifiche, Apoteca Natura richiede un numero minimo di 15 crediti formativi per mantenere l'iscrizione al network.

DATI /KPI

Oltre 5.500 farmacisti
grazie alle attività proposte

Oltre 158.000 crediti formativi erogati tra Italia e Spagna



RISULTATI RAGGIUNTI

Miglioramento della conoscenza del farmacista:

28,5 crediti

acquisiti in media dai soggetti tra Italia e Spagna
(+90% rispetto alla soglia minima di 15 crediti)

Grado di utilità delle informazioni acquisite secondo il farmacista:



molto
soddisfacente



soddisfacente

¹⁵ L'Università Cattolica del Sacro Cuore di Roma ha condotto Valutazione di efficacia della Campagna di Prevenzione Cardiovascolare "Ci sta a cuore il tuo cuore", rilevando nel 2017 che "dai dati ricavati a un anno di follow-up, considerando tutti i soggetti che avevano aderito alla campagna "Ci sta a Cuore il tuo Cuore" a prescindere dal loro livello basale di rischio, è possibile evidenziare una significativa riduzione dei livelli pressori (sistolici e diastolici) e dell'abitudine al consumo di tabacco, oltre a un significativo incremento nella percentuale di soggetti che consuma giornalmente frutta e verdura e che fa più di 30 minuti di attività fisica al giorno" rilevando che attuare una campagna di prevenzione porta benefici concreti alla salute delle persone e in alcuni casi riduce il costo per la collettività legato all'insorgenza di patologie rispetto al non realizzare la campagna.

Seconda finalità di Beneficio Comune:



Prevenzione ed educazione per una salute consapevole

ATTIVITÀ



Misure di sensibilizzazione e prevenzione Covid

Protocollo Farmacia Protetta: elenco di indicazioni obbligatorie redatte in collaborazione con Associazione Medici per l'Ambiente e Cittadinanzattiva e con il patrocinio di Federframa per consentire ai farmacisti e ai propri clienti di minimizzare i rischi di contagio Covid (vedere focus).

Campagna "Ti siamo vicini, anche a distanza", dedicata alla promozione e utilizzo degli strumenti online di prevenzione. La campagna è stata utile a garantire il monitoraggio della salute delle persone nonostante il lockdown*.

Dispositivi di protezione individuale resi disponibili per le farmacie a prezzi calmierati (saturimetri, termometri, visiere protettive, sanificazione e altri).

Kit omaggio ai farmacisti con prodotti igienizzanti e per rafforzare le difese immunitarie.

Toolkit di comunicazione social e web su diversi contenuti di informazione Covid.

Articoli dedicati su Blog "Siamo Benefit!" per informare la persona sul Coronavirus¹⁶.

DATI/KPI

oltre **6.400 visiere protettive**
e **5.900 kit**
con prodotti donati ai nostri farmacisti

Newsletter, notizie e comunicazioni ad hoc attraverso app gratuita MyApotecaNatura, Blog Siamo Benefit e sito.

RISULTATI RAGGIUNTI

Riduzione di situazioni di potenziale contagio per farmacisti e clienti delle Farmacie, grazie alla disponibilità di materiali e servizi direttamente online.

¹⁶Solo Italia

ATTIVITÀ



Diffusione 'Ordina Prodotti'



Servizio per rendere più agevole il reperimento dei prodotti in condizioni più sicure (certezza della disponibilità dei prodotti) con eventuale consegna a domicilio.

DATI/KPI

2.800+ ordini

con una media di 310 al mese nel periodo marzo - maggio.

ATTIVITÀ



Guida Alimentare



All'interno dello strumento è stato creato un menù per il rafforzamento delle difese immunitarie e una funzione "Lista della spesa" per organizzare al meglio gli acquisti alimentari.

DATI/KPI

1.400+ guide

avviate dagli utenti

RISULTATI RAGGIUNTI

Il servizio ha consentito di ridurre al minimo il tempo trascorso in Farmacia e ha permesso di consegnare i prodotti ordinati a casa in completa sicurezza.

Aumento dell'utilizzo del servizio rispetto al 2019:



RISULTATI RAGGIUNTI

Miglioramento della consapevolezza rispetto alle buone abitudini alimentari nelle persone con potenziali effetti positivi sulla loro salute.

FOCUS



Protocollo Farmacia Protetta

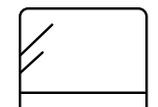
Il Protocollo "Farmacia Protetta" nasce da un'idea di Apoteca Natura, con la **supervisione scientifica dell'Associazione Medici per l'Ambiente (ISDE)**, **il contributo di Cittadinanzattiva e il patrocinio di Federfarma.**

Con il Protocollo vengono fissate le **misure fondamentali da utilizzare in farmacia per prevenire la diffusione del virus Covid-19.** Il documento rappresenta una sorta di "cassetta degli attrezzi" messa a disposizione di tutto il network per rendere **la farmacia il più possibile un luogo protetto.**

Il Protocollo è **pubblicato online sia a scopo informativo che per offrire spunti a tutte le persone** relativamente alla propria vita quotidiana. Molti dei comportamenti suggeriti per la farmacia infatti possono, valere per private abitazioni, uffici o esercizi commerciali. Il Protocollo vuole, inoltre, costituire un vero e proprio patto tra farmacia e cittadino. Perché, al di là delle indicazioni contenute nel documento, l'arma più importante contro la diffusione del virus resta il senso di responsabilità di ciascuno.



Di seguito alcuni esempi di norme necessarie/obbligatorie:



Screen protector: barriere protettive in plexiglass davanti alla postazione di servizio e alla cassa, se non è possibile mantenere la distanza di almeno un metro. Qualora non sia possibile predisporre la barriera, indossare la visiera protettiva.



Mantenere il distanziamento interpersonale.

Indossare correttamente la mascherina.

Protezione dei farmacisti



Il farmacista e i collaboratori, devono misurare la temperatura tutti i giorni prima di recarsi al lavoro.

In caso la temperatura sia superiore o uguale a 37,5, e/o in caso di sintomi, consultare il proprio Medico di Medicina Generale prima di recarsi al lavoro.



Il farmacista e i collaboratori devono **igienizzarsi le mani** prima di iniziare il turno di lavoro.



Lavaggio mani dopo essersi toccati occhi, naso e/o essere venuti a contatto con superfici/oggetti accessibili al pubblico.

Protezione dei clienti



Ordine di accesso regolato.



Rispetto delle distanze di sicurezza.



Indossare mascherina.



Obiettivi 2021

Campagne di prevenzione e sensibilizzazione dedicate alle principali esigenze di salute

Nello specifico, promozione di campagne legate a vie respiratorie, peso, sonno e disturbi cardio-metabolici, oltre ad attività di informazione utili per il viaggiatore e per il ritorno a scuola.

Strumenti, attività e servizi per aiutare la comunità durante la pandemia

Ordina Prodotti, App MyApotecaNatura, Blog Benefit, Protocollo Farmacia Protetta, donazione ad enti benefici.

Campagne di formazione

Attività di formazione per migliorare conoscenze e competenze del farmacista in ambito salute, prevenzione e consiglio al cliente tramite webinar in diretta e on demand, aule tematiche virtuali e on demand, corsi di alta formazione e videocorsi.

Promozione e formazione su nuovi PCE (Protocolli Consiglio Esigenza)

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.



Terza finalità 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 Disciplinarye Apoteca Natura o che provengano da aziende che abbiano adottato standard e pratiche evolute come il Modello Benefit.



¹⁷ Ad ogni attività corrisponde l'erogazione di crediti formativi. Per assicurare l'aggiornamento continuo del farmacista, Apoteca Natura richiede un numero minimo di 15 crediti formativi per mantenere l'iscrizione al network.

All'interno dell'approccio di Apoteca Natura riveste un ruolo fondamentale la scelta di specializzarsi su un'offerta di prodotti per la salute naturale e al tempo stesso scientificamente evoluti, inseriti all'interno di un percorso di Salute Consapevole.

Crediamo che tutto ciò sia fondamentale per generare una proposta di cura capace di rispettare gli equilibri tra le funzioni fisiologiche dell'individuo e l'ambiente circostante, in una prospettiva sistemica.

ATTIVITÀ



Campagne di sensibilizzazione e promozione di prodotti naturali con MyCard, la Carta Fedeltà del Network integrata con il sistema H&LS

(Health and Loyalty System). Con la Carta Fedeltà Apoteca Natura, la persona può tenere sotto controllo il totale dei punti raccolti e le soglie premio, oltre ad avere tantissimi servizi utili per la sua salute. Abbiamo previsto inoltre dei punti omaggio per la Salute Consapevole.

Bonus Prevenzione: punti extra dopo compilazione di almeno un Test di Prevenzione.

Bonus Salute: punti extra per utilizzo dello strumento "Promemoria Terapie" all'interno della App MyApotecaNatura.

Le campagne promozionali del circuito MyCard sono incentrate sui prodotti naturali scientificamente evoluti ed efficaci, realizzati nel pieno rispetto dell'ambiente.

DATI/KPI

159 farmacie aderenti a MyCard

9 campagne di promozione con **151 farmacie aderenti**

31.926.700 punti erogati ai clienti delle farmacie

205.000 MyCard attivate

RISULTATI RAGGIUNTI

Indicatori di adesione alle promozioni (efficacia):

- **17.346.000 punti utilizzati** per acquisto prodotti naturali, **54,33% dei punti erogati**
- **148.000 persone** hanno effettuato almeno 1 acquisto di prodotti naturali
- **217.000+ prodotti naturali venduti** passanti da MyCard

FOCUS

L'offerta naturale all'interno del percorso di Salute Consapevole



La proposta della rete Apoteca Natura è pensata per portare un **valore aggiunto nella vita delle persone**, aiutandole a compiere le scelte migliori in un percorso di Salute Consapevole. Per questo il farmacista, con il suo consiglio, riveste un ruolo determinante ed è valorizzato da una **formazione continua**.

A completamento di questo tipo di approccio c'è un altro elemento cardine del posizionamento di Apoteca Natura, ovvero, **l'alta specializzazione sui prodotti naturali scientificamente evoluti**. L'offerta è accuratamente selezionata anche grazie alle **regole stabilite dal Disciplinare interno**. Questo strumento consente ad ogni appartenente al network di identificare, in modo indipendente, i prodotti che rispettano i valori portati avanti da Apoteca Natura e che per questo possono essere esposti all'interno della farmacia. Coerentemente con questa scelta, è stata sviluppata anche **un'offerta di prodotti a marchio Apoteca Natura studiati e ottenuti proprio per offrire soluzioni naturali, sicure ed efficaci**. I prodotti a marchio Apoteca Natura sono venduti esclusivamente nelle farmacie del network.



Obiettivi 2021

Formazione

dei farmacisti sui temi dei fitocomplessi naturali tramite videocorsi in diretta e on demand, aule tematiche e webinar.

Lancio di nuovi prodotti

100% naturali a marchio Apoteca Natura

Campagne di promozione dei prodotti naturali

attraverso il circuito di Carta Fedeltà MyCard

Espositori

a disposizione di tutte le farmacie due espositori dedicati esclusivamente al prodotto naturale, in modo da diffondere la cultura della naturalità.



Quarta finalità di Beneficio Comune:



Moltiplicazione dell'impatto positivo

La moltiplicazione dell'impatto positivo delle proprie attività anche attraverso il coinvolgimento attivo dei clienti e delle comunità in cui opera.

Una rete, sia essa biologica o sociale, è per definizione capace di autogenerarsi. In particolare nei sistemi sociali, un'azione che genera valore positivo può a sua volta attivare altre azioni che generano altro valore positivo. Un effetto domino in senso virtuoso che permette di **"moltiplicare" l'impatto positivo prodotto.**

In linea con il suo impegno di moltiplicatore di impatto Apoteca Natura collabora attivamente con partner strategici quali enti e associazioni del settore.



“ Ciascuna comunicazione genera dei pensieri e dei significati che a loro volta daranno origine ad altre comunicazioni e pensieri, e così via... ”

(Massimo Mercati, L'impresa come sistema vivente, 2020).



Quarta finalità di Beneficio Comune:



Moltiplicazione dell'impatto positivo

ATTIVITÀ

Charity Caritas

Grazie alla collaborazione diretta con i presidi Caritas dei diversi territori, è stata attivata un'iniziativa di solidarietà che ha permesso di donare prodotti per la salute ai meno abbienti. Ogni farmacia, insieme ai propri clienti, ha potuto contribuire alla campagna con un'offerta libera per ogni acquisto. Per promuovere l'attività sul punto vendita sono stati realizzati materiali di comunicazione offline e online.

DATI/KPI

500+ farmacie aderenti

Circa

165.000 €

complessivamente donati

dal Network, dalle farmacie e dai propri clienti

ATTIVITÀ

Video informativi e divulgativi in tempo di COVID

"In Scienza e Coscienza": documentario realizzato gratuitamente dall'agenzia Wacky Weapon per testimoniare il vissuto dei farmacisti durante la prima ondata della pandemia.

La parola ai Farmacisti: i contenuti del documentario "In Scienza e Coscienza" sono stati veicolati anche attraverso brevi "pillole", sui profili social di Apoteca Natura.

DATI/KPI

500.000+

visualizzazioni generate

RISULTATI RAGGIUNTI

Sostegno attraverso prodotti donati direttamente a Caritas per famiglie bisognose in Italia e Spagna, oltre ad una donazione in denaro direttamente a sostegno delle attività di Caritas.

RISULTATI RAGGIUNTI

Abbiamo sensibilizzato le comunità mostrando e raccontando la prima ondata della pandemia attraverso la voce dei farmacisti che sono stati in prima linea in quei giorni.

ATTIVITÀ


**Progetto
"Adotta una Pianta"**


L'azienda ha partecipato al progetto "Adotta una Pianta", promosso dall'Associazione Progetto Valtiberina per contribuire al rimboscimento di un'area collinare nei pressi di Sansepolcro (AR) gravemente colpita da eventi climatici estremi.

Apoteca Natura ha eseguito una donazione per piantumare un numero di alberi sufficienti ad assorbire l'equivalente di CO2 generata dalla propria flotta auto.

Numeri/KPI

**52 alberi
donati**

RISULTATI RAGGIUNTI

Abbiamo contribuito alla preservazione del patrimonio boschivo della comunità di Sansepolcro, che ospita da oltre 20 anni la sede centrale di Apoteca Natura.

Gli alberi andranno ad assorbire oltre 116 tonnellate di CO2 nell'arco della propria vita.

ATTIVITÀ


**Dynamo Camp
campagna di solidarietà**


Anche in questo particolare anno Apoteca Natura ha confermato il suo supporto a Dynamo Camp, organizzando nel mese di dicembre 2020 un'importante campagna di solidarietà.

Dynamo Camp è il primo camp di Terapia Ricreativa in Italia che accoglie per periodi di vacanza e svago bambini e ragazzi affetti da patologie gravi e croniche.

DATI/KPI

**Sosteniamo
quest'iniziativa dal 2017
e abbiamo donato complessivamente
15.000€ +**

RISULTATI RAGGIUNTI

Apoteca Natura ha utilizzato il Network come amplificatore della campagna 2020, così da dare più risonanza possibile all'iniziativa e coinvolgere capillarmente le comunità nelle quali operano le farmacie aderenti.

FOCUS



Apoteca Natura a fianco dei presìdi Caritas



Una rete di farmacie fatta di **persone** che condividono **valori**. Da 20 anni **al tuo fianco**.

Venti anni di impegno per un nuovo modo di fare farmacia. Venti anni insieme, al servizio di quella che abbiamo definito "**salute consapevole**". Un'idea di salute che considera le connessioni tra tutte le funzioni fisiologiche dell'organismo e la loro relazione con ambiente, stili di vita e rapporto con gli altri. Oggi più che mai sappiamo che non può esistere **bene individuale** separato dal **bene comune**.

1.000 farmacie affiliate
tra Italia, Spagna e Portogallo

170.000 ore di formazione all'anno
erogate ai farmacisti della rete

Oltre 300 prodotti naturali scelti
attraverso il nostro disciplinare

322.000 download
dell'app MyApotecaNatura

Seguici su      www.apotecanatura.it



**FARMACIE
APOTECA
NATURA**
Per una salute consapevole



Oltre all'impegno quotidiano per una Salute consapevole, Apoteca Natura ha deciso di fare di più per le **fasce fragili della popolazione maggiormente colpite** dalla situazione di emergenza che stiamo vivendo. La prima scelta è stata quella di partire dai territori presso i quali ciascuna Farmacia appartenente al network esprime il proprio impegno.

Grazie al percorso condiviso con Caritas, si è creata una **collaborazione tra le singole Farmacie e presìdi Caritas di riferimento dello stesso territorio**.

Ogni Farmacia ha messo a disposizione della Caritas locale un voucher per l'acquisto di prodotti per la salute da destinare alle persone più bisognose della propria comunità.

Anche i clienti della Farmacia hanno potuto contribuire con **donazioni libere** per ogni acquisto fatto, andando così ad incrementare il valore del voucher messo a disposizione della Caritas.

Complessivamente, il progetto ha permesso di donare a Caritas, tra Italia e Spagna in soli tre mesi, un totale di oltre 165.000 euro, in parte utilizzabili per l'acquisto di prodotti per la salute ed in parte a titolo di donazione diretta a Caritas da parte del Network, dei Singoli farmacisti e dei loro clienti.

Farmacia, presìdi Caritas e l'intera comunità uniti per il Bene di chi ne ha più bisogno.



Obiettivi 2021

Passeggiate tra salute e ambiente

Appena le norme anti Covid-19 lo consentiranno, torneranno in programma le Passeggiate della Salute per sensibilizzare le persone riguardo ai rischi legati alla sedentarietà ed ai problemi di sovrappeso e obesità. Nell'occasione sarà proposta anche un'attività di "plogging": una parte della passeggiata verrà, infatti, dedicata alla raccolta della plastica, così da unire l'attenzione alla salute con il rispetto per l'ambiente.

Video pillole dedicate al movimento

In collaborazione con Tedamis, Centro di Formazione e Spettacolo del gruppo Aboca, saranno realizzate delle video pillole per aiutare le persone a svolgere attività fisica in autonomia ed in sicurezza. Le video pillole saranno disponibili on line ed avranno una durata di circa 25 minuti. In attesa di poter riprendere la normale programmazione delle Passeggiate della Salute, questa novità può diventare un'occasione di incontro, confronto e consiglio con il farmacista.

Aria pulita per tutti

Apoteca Natura, in collaborazione con ISDE Medici per Ambiente, sta lavorando alla declinazione del protocollo "Farmacia Protetta" al mondo della scuola e agli ambienti domestici. L'idea è di offrire consigli utili per contrastare la diffusione del virus Covid-19. Saranno proposte buone pratiche per proteggere gli ambienti contro i più comuni contaminanti microbici ambientali, potenziali fonti di trasmissione di agenti infettivi. A tutto ciò si aggiungeranno anche attività per contrastare l'inquinamento domestico con l'aiuto delle piante.

Adotta una Pianta 2021

Rinnovo del sostegno all'iniziativa di rimboschimento "Adotta una Pianta" promossa dall'Associazione Progetto Valtiberina.

Blog Siamo Benefit!

Il blog proseguirà la sua attività di informazione e approfondimento con nuovi articoli e rubriche dedicati alle esigenze di salute e ai rischi ambientali ad esso correlate.

Campagna di solidarietà Dynamo Camp 2021

Promozione della partnership con l'associazione, per ingaggiare il più ampio numero di persone possibile, grazie a comunicazioni dedicate.

Tabelle di raccordo tra obiettivi e risultati 2020

In chiusura della nostra Relazione d'impatto, riportiamo una serie di tabelle di sintesi per mettere a confronto gli obiettivi che ci eravamo dati a fine 2019 e i risultati raggiunti nel corso del 2020. Tutto questo per rendere ancora più trasparente e chiaro il nostro resoconto. L'ordine di presentazione degli obiettivi per il 2020 segue per quanto possibile quello dei risultati esplicitati nei vari capitoli di questa Relazione, così da facilitare il confronto tra i due documenti.

Come si noterà, la maggioranza dei casi nei quali non sono stati rispettati gli impegni è dipesa dal sopraggiungere della pandemia CoViD-19. In diversi casi, come evidenziato nel corso della relazione, l'azienda è comunque riuscita a raggiungere completamente o parzialmente gli obiettivi grazie alla riconversione o sostituzione delle attività per realizzare il medesimo impatto rispetto a quanto previsto, ma con un format online.

Prima finalità specifica di beneficio comune:



Promozione del Modello Benefit

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
Organizzazione di un momento annuale di coinvolgimento plenario del network ("Corso Evoluzione") anche sul tema Benefit con la partecipazione di almeno 80 Farmacie da Italia, Spagna e Portogallo.	Convention Internazionale: "La risposta naturale per una salute consapevole. Le Farmacie Apoteca Natura per un Green New Deal" con la partecipazione di oltre 80 farmacie.	 Raggiunto
	40+ assemblee territoriali (in presenza prima di marzo 2020 e digitali successivamente) con la partecipazione delle farmacie italiane con focus su tematiche benefit.	Attività aggiuntiva tracciata per rendicontare l'impatto relativo alla prima finalità.
Realizzazione di una guida destinata alle Farmacie, dedicata al percorso per diventare Benefit con il massimo punteggio (Smart Guide)	L'emergenza sanitaria ci ha costretto a dirottare le nostre risorse verso altre aree.	Impossibile rispettare l'impegno a causa emergenza COVID-19.

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
Promozione del Modello Benefit su tutte le Farmacie della rete (circa 610) attraverso almeno 1 visita annuale dei Key Account Manager.	2.080 visite fisiche + virtuali, pari a 3,5 visite medie per farmacia.	 Raggiunto e superato
Aggiornamento e messa a disposizione di strumenti per la rendicontazione sul Portale Apoteca Natura e per la comunicazione.	1 Sezione online dedicata al Modello Benefit sul Portale servizi del Network a disposizione delle farmacie Apoteca Natura.	 Raggiunto
Organizzazione di incontri di area (Assemblee territoriali, etc.) con i Farmacisti in cui approfondire anche il tema Benefit (almeno 2 meeting).	Organizzate 4 assemblee territoriali (1 per ogni area) online.	 Raggiunto
Condivisione di News e invio di Newsletter dedicate al tema Benefit, inviate a tutte le 610 Farmacie del Network (italiano) per sensibilizzarle sul tema Benefit e stimolarne l'adesione (almeno 2 news su Portale Apoteca Natura e almeno 2 newsletter).	10 News e altrettante Newsletter.	 Raggiunto
Sviluppo di una 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) - continuazione del piano dell'anno scorso ed estensione ad altre 10 farmacie.	6 aule virtuali dedicate. La riduzione delle risorse a disposizione ci ha consentito di estendere il servizio a 5 nuove Farmacie coinvolte: (48 farmacie hanno già iniziato il percorso ma hanno affrontato tematiche nuove).	 Raggiunto
Per la Spagna, sviluppo e messa a disposizione di strumenti dedicati sul Portale Apoteca Natura per la comunicazione, informazione e ingaggio del Farmacista relativamente al Modello Benefit - completamento del toolkit per le Farmacie spagnole e preparazione del lancio nel 2021.	L'emergenza sanitaria ci ha costretto a dirottare le nostre risorse verso altre aree. Completeremo la creazione dei supporti preventivati nel 2021 Nel 2020 si è concluso il progetto pilota.	Impossibile rispettare l'impegno a causa emergenza COVID-19.
Per la Spagna, preparazione e formazione al lancio del Modello Benefit del personale interno - formazione ai 5 KAM	Formazione 5 Kam.	 Raggiunto

Per facilitare la lettura delle tabelle abbiamo raggruppato obiettivi appartenenti ad una stessa area, questo raggruppamento in alcuni casi non segue l'ordine di presentazione dei risultati della Relazione 2019.

Seconda finalità specifica di beneficio comune:



Prevenzione ed educazione per una salute consapevole

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
<p>Attività volte alla sensibilizzazione e prevenzione nel periodo di emergenza di Coronavirus.</p> <p>In sostituzione di Campagna sensibilizzazione sulla biodegradabilità (newsletter, poster, post su blog, toolkit social).</p>	<p>Protocollo Farmacia Protetta: in collaborazione con ISDE e Cittadinanzattiva (Vedi focus)</p> <p>Dispositivi di protezione individuale resi disponibili per le Farmacie a prezzi calmierati</p> <p>Kit omaggio ai farmacisti con prodotti igienizzanti e per rafforzare le difese immunitarie</p> <p>Toolkit di comunicazione social e web su diversi contenuti di informazione Covid</p> <p>Articoli ex novo ad hoc su Blog "Siamo Benefit!" per informare la Persona sul Coronavirus.</p>	<p style="text-align: center;">  Raggiunto </p>
<p>Diffusione 'Ordina Prodotti', servizio per rendere più agevole il reperimento dei prodotti in condizioni più sicure specie nel periodo del Coronavirus.</p>	<p>Attività svolta.</p>	<p style="text-align: center;">  Raggiunto </p>
<p>Attività MyCard collegate a corretti stili di vita - coupon erogati per ogni Passeggiata della Salute.</p>	<p>Le campagne promozionali MyCard sono state promosse normalmente, ma le Passeggiate della Salute sono state sospese in linea con gli obblighi di prevenzione del contagio stabiliti dalla legge.</p>	<p>Impossibile rispettare l'impegno a causa emergenza COVID-19.</p>
<p>Promozione Campagne di prevenzione su tutte le 610 Farmacie del Network: 2 campagne tra cui "Ti siamo vicini, anche a distanza" per le farmacie del Network 1 poster per Farmacia per ogni campagna promossa.</p>	<p>2 campagne obbligatorie (Italia): "Ci sta a cuore il tuo cuore", "Ti siamo vicini, anche a distanza" obbligatorie per tutte le oltre 600 farmacie Apoteca</p> <p>Campagne obbligatorie in Spagna: Peso online, Sonno, Gastrointestinale.</p>	<p style="text-align: center;">  Raggiunto e superato </p>

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
<p>Promozione Campagne di sensibilizzazione su tutte le 610 Farmacie del Network, ad esempio Campagna di informazione sull'antibiotico-resistenza o "Cogli il fiore di ogni età" per affrontare in modo sereno il periodo della menopausa: messa a disposizione di 8 campagne con diffusione di materiale promozionale (opuscoli, poster e toolkit digital).</p>	<p>6 campagne a libera adesione: Antibiotico Resistenza (Italia + Spagna), Cogli il fiore di ogni età (menopausa e osteoporosi), Movimento (indoor), Felicità e salute, Ambiente e salute</p> <p>Attività legate a giornata mondiale della donna e giornata mondiale del sonno (Spagna)</p> <p>¡Navidad sin#BULOS! campagna di sensibilizzazione sulle fake news in tema salute.</p>	<p> Raggiunto</p>
<p>Promozione dell'informazione continuativa sui servizi di misurazione della salute in Farmacia proposte dalle farmacie del network: Autodiagnosi, Analisi strumentale e Telemedicina - landing page informativa.</p>	<p>ECM – FAD "La corretta gestione delle autoanalisi in Farmacia: il controllo di qualità analitico e la Verifica Esterna di Qualità (VEQ)»</p> <p>Verifica Esterna di Qualità in collaborazione con Azienda Ospedaliera Careggi di Firenze.</p>	<p> Raggiunto</p>
<p>Promozione Health and Loyalty System tramite 2 strumenti: App "MyApotecaNatura" (per la persona) e Dashboard Farmacia (per il Farmacista) per la gestione dei pazienti e dei loro dati aggregati.</p>	<p>Confermata e potenziata.</p>	<p> Raggiunto</p>
<p>Aggiornamento della "Guida Alimentare", servizio dedicato alle persone con disequilibri alimentari e/o problemi nutrizionali, . Il servizio - rivolto a tutte le Farmacie del Network - è stato promosso in modo particolare nei periodi di lockdown legati all'emergenza Coronavirus, durante i quali la sedentarietà diventa maggiore così come l'esigenza di prestare attenzione al controllo del peso.</p>	<p>Creazione Menù per rafforzamento difese immunitarie e strumento "Lista della spesa" utile per organizzare al meglio gli acquisti alimentari.</p>	<p> Raggiunto</p>
<p>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</p>	<p>Confermata con attività promosse online.</p>	

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
<p>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: 5 nuovi protocolli sviluppati.</p>	<p>3 Protocolli consiglio per esigenza sviluppati, 2 rimandati al 2021 + 5 PCE aggiornati.</p>	<p style="text-align: center;"> Parzialmente sostituito causa COVID 19</p>
<p>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 on line per esigenze di salute specifiche: gastrointestinale, cardio- metabolico e disturbi del sonno.</p>	<p>In sostituzione delle attività residenziali:12 seminari on line (2 aule di alta formazione e 10 aule tematiche in diretta e on demand) 4 webinar (diretta e on demand) 2 ECM - FAD</p>	<p style="text-align: center;">Sostituito causa COVID e raggiunto</p>
<p>Rilascio di aggiornamento del PhAN - piattaforma interattiva di pharmacy counseling in realtà virtuale - per favorire l'aggiornamento professionale di specifiche esigenze di salute: vie respiratorie, cardio-metaboliche e disturbi del sonno, con Avatar ancora più "umanizzati".</p>	<p>Rilascio aggiornamento piattaforma indicato effettuato.</p>	<p style="text-align: center;"> Raggiunto</p>
<p>Aggiornamento del toolkit di comunicazione social e web su diversi contenuti di informazione su prevenzione e salute consapevole e in particolare su tema Covid sia per l'Italia che per la Spagna.</p>	<p>Aggiornamento effettuato come da obiettivo.</p>	<p style="text-align: center;"> Raggiunto</p>
<p>Attivazione del team di tutor della formazione per rispondere in remoto ai dubbi dei pazienti sui test di prevenzione senza bisogno di rivolgersi al farmacista in un periodo in cui non è consigliato spostarsi.</p>	<p>10 tutor coinvolti 5 interventi</p>	<p style="text-align: center;"> Raggiunto</p>

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
<p>Per la Spagna, promozione di campagne di prevenzione su tutte le farmacie del network con focus su: campagna prevenzione gastrointestinale, campagna prevenzione cardiovascolare, campagna salute senza bufale.</p>	<p>Campagna peso a distanza a giugno, campagna gastrointestinale a novembre (phygital)</p>	<p> Raggiunto</p>
<p>Per la Spagna, sviluppo e promozione di contenuti utili alla formazione dei farmacisti: 2 corsi generali sul territorio, 1 in streaming e 1 in modalità on demand.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Corso Alta Formazione in presenza • 1 Corso di Alta Formazione online: 470 partecipanti • 1 Corso di Alta Formazione on demand 	<p> Raggiunto</p>
<p>Per la Spagna, promozione di 18 Protocolli Consiglio per Esigenza (PCE) con lo sviluppo di 6 nuovi protocolli.</p>	<p>N° protocolli: 17 di cui 5 nuovi</p>	<p> Parzialmente raggiunto causa COVID 19</p>

Terza finalità specifica di beneficio comune



Valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
Lancio di nuovi prodotti Apoteca Natura (100% naturali) : 2 lanci.	Lanciati 6 prodotti tra Italia e Spagna.	 Raggiunto e superato
Formazione dei Farmacisti sui temi dei fitocomplessi naturali rivolta a tutti i Farmacisti del Network: circa 4.000.	Oltre 5000 farmacisti formati.	 Raggiunto e superato
Formazione sui prodotti: promozione e diffusione di 5 videocorsi trattano dei prodotti a marchio Apoteca Natura e 10 webinar di prodotto	Formazione tramite: <ul style="list-style-type: none"> • 5 videocorsi • 10 aule tematiche 	 Raggiunto
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: <ul style="list-style-type: none"> • in area scaffale dell'area automedicazione naturale: 500 • in esposizione retro-banco secondo le linee espositive stabilite: 480 	In area scaffale dell'area automedicazione naturale: 555 In esposizione retro banco secondo le linee espositive stabilite: 541	 Raggiunto e superato
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% .	Lo Share dei prodotti APA quest'anno è stato del 2,8%. Si tratta di un dato nettamente superiore alla media nazionale.	Risultato significativo

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
Campagne di promozione dei prodotti naturali attraverso le Promozioni MyCard: 9.	Campagne promosse: 9	 Raggiunto
Per la Spagna, promozione e diffusione di 10 videocorsi + 12 webinar + 12 corsi on demand per la Spagna.	Promossi: <ul style="list-style-type: none"> • 5 videocorsi • 13 webinar • 13 on demand 	 Raggiunto
Per la Spagna, attivazione di un programma di monitoraggio della visibilità del marchio Apoteca Natura e dei prodotti, destinato agli agenti.	L'emergenza sanitaria ci ha costretto a destinare le risorse che erano state previste per quest'iniziativa verso altre attività strategiche.	Impossibile rispettare l'impegno a causa emergenza COVID-19.

Quarta finalità specifica di beneficio comune

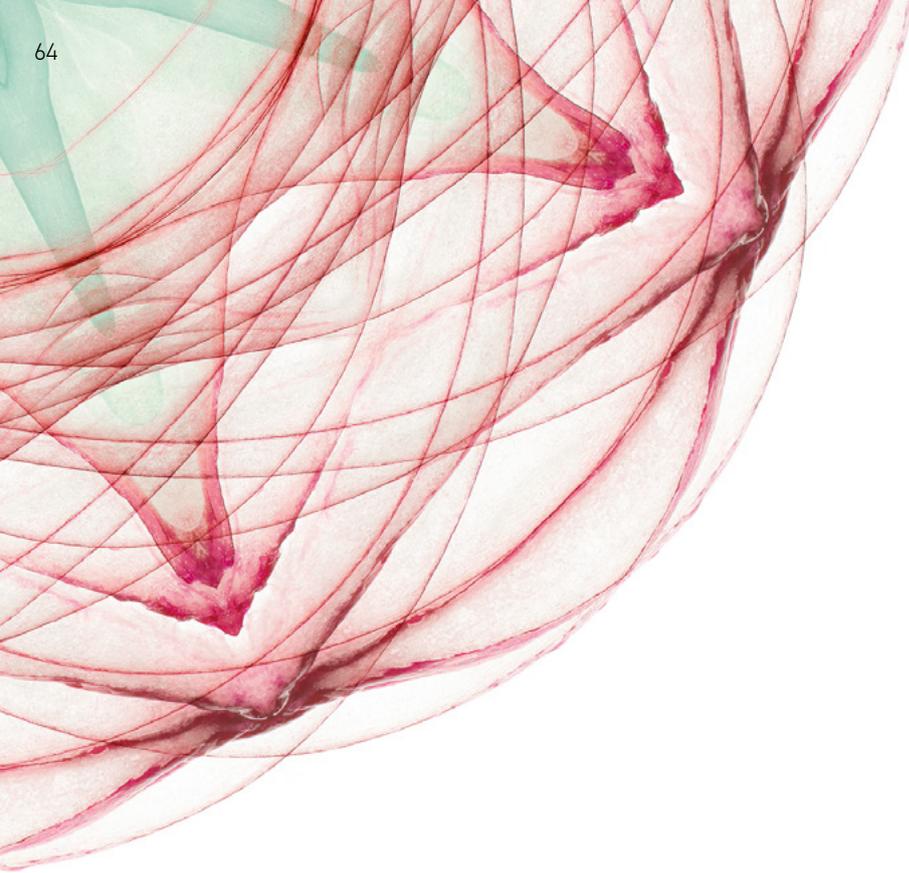


Moltiplicazione dell'impatto positivo

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
<p>Articoli sul Blog "Siamo Benefit" per informare le persone sia sull'emergenza in atto che su prevenzione, corretti stili di vita, ambiente e Bene Comune: minimo 24 articoli.</p>	<p>62 pubblicati in totale.</p>	<p style="text-align: center;">  Raggiunto e superato </p>
<p>Attività di sensibilizzazione sulla raccolta della plastica attraverso Passeggiate della Salute con attività di plogging.</p>	<p>Le Passeggiate della Salute sono state sospese in linea con gli obblighi di prevenzione del contagio stabiliti dalla legge.</p>	<p>Impossibile rispettare l'impegno a causa emergenza COVID-19.</p>
<p>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</p> <p>Per la Spagna, messa a disposizione dei farmacisti del Kit Scuola ISDE (International Society Doctor for the Environment) contenente presentazione e materiale informativo per organizzare incontri con le scuole: 10 incontri previsti.</p>	<p>Gli interventi programmati sono stati sospesi in linea con gli obblighi di prevenzione del contagio stabiliti dalla legge.</p> <p>Ci impegniamo a riprendere quest'attività non appena le condizioni lo permetteranno.</p>	<p>Impossibile rispettare l'impegno a causa emergenza COVID-19.</p>
<p>Promozione di una campagna di sensibilizzazione nel mese di dicembre sul significato di essere Società Benefit in collaborazione con enti e associazioni del territorio.</p>	<p>Tra le varie attività che abbiamo promosso, segnaliamo la collaborazione con Dynamo Camp per ampliare l'impatto della sua campagna di solidarietà.</p>	<p style="text-align: center;">  Raggiunto </p>

Obiettivi per il 2020	Risultati 2020	Note
<p>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 .</p>	<p>Supporto confermato .</p>	<p> Raggiunto</p>
<p>Collaborazione a campagne specifiche di prevenzione organizzate dalle Farmacie Apoteca Natura di proprietà (Farmacie AFAM) - Produzione di materiale informativo.</p>	<p>Promosse le campagne di prevenzione previste a livello nazionale.</p>	<p> Raggiunto</p>
<p>Video informativi e divulgativi in tempo di COVID</p> <p>In sostituzione di 10 Video pillole di Farmacisti su attività di prevenzione.</p>	<p>Abbiamo realizzato: Video "In Scienza e Coscienza": per documentare il vissuto dei Farmacisti durante la prima ondata della pandemia.</p> <p>La parola ai Farmacisti: "pillole" informative da max 1 minuto e mezzo per restituire ai social le esperienze dei Farmacisti durante la prima ondata Covid.</p>	<p> Raggiunto</p>

Nella relazione dello scorso anno quest'obiettivo ricadeva nella seconda finalità come attività di prevenzione, vista la sostituzione in corsa del tema al centro dell'iniziativa abbiamo considerato più coerente collocarla con un'attività di sensibilizzazione volta a moltiplicare l'impatto sulle comunità locali e a livello nazionale.



Nota metodologica

La Relazione di Impatto rappresenta un documento centrale: riveste un ruolo fondamentale in termini di analisi delle attività condotte ed è il risultato dell'impegno che ogni anno l'azienda assume nei confronti dei propri stakeholder¹⁸. Il processo di creazione di questo documento è complesso e articolato, in quanto coinvolge le diverse aree aziendali che apportano il proprio contributo, ciascuna secondo le proprie competenze.

La nostra Relazione di Impatto è realizzata nella sua completezza internamente alla struttura aziendale: raccolta dati, creazione dei KPI, stesura dei testi ed elaborazione grafica. Il team di lavoro è, per questo motivo, multidisciplinare con professionalità specifiche e comprende profili appositamente formati come Valutatori di Impatto (con iscrizione al registro dedicato a questa categoria).

¹⁸ Tutti i soggetti, individui o organizzazioni, attivamente coinvolti nel progetto di Salute Consapevole promosso da Apoteca, il cui interesse è influenzato dai risultati delle attività che il Network promuove.

Le attività di rendicontazione si articolano per un periodo di circa 4 mesi ogni anno, da gennaio fino all'approvazione del bilancio, e possono essere riassunte in cinque fasi principali:

1 Raccolta, verifica e analisi dei dati ricevuti

Grazie all'esperienza maturata negli anni, è stato strutturato un sistema interno di raccolta che consente la completa tracciabilità dei dati utilizzati in questo documento per assicurarne la veridicità e la correttezza, assicurando allo stesso tempo il completo rispetto del criterio di trasparenza: strumento chiave di questo sistema è la piattaforma informatica realizzata ad hoc internamente ed utilizzata da tutta l'azienda. Tutti i dati non finanziari vengono richiesti e raccolti a livello centrale dall'ufficio che si occupa dell'attività di reportistica ed in parallelo viene verificata la correttezza dei dati finanziari grazie al Controllo di Gestione.

Una volta verificata l'affidabilità del dato, viene svolta un'analisi per scegliere gli indicatori più adatti a misurare l'impatto delle azioni implementate dall'azienda coerentemente con le proprie finalità di beneficio comune.

2 Valutazione impatto complessivo

I dati raccolti vengono utilizzati anche per tracciare l'impatto complessivo dell'impresa tramite standard creati da terze parti indipendenti, come richiesto dalla normativa sulle Società Benefit. Al momento utilizziamo due strumenti tra loro complementari, che ci consentono di valutare l'azienda da punti di vista differenti:

- **il Benefit Impact Assessment**, che analizza le aree di Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti, riconsegnando una singola valutazione complessiva;
- **l'SDGs Action Manager**, che consente di valutare il proprio impegno al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile stabiliti dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Queste attività sono state condotte avvalendoci anche della collaborazione di consulenti qualificati

3 Attivazione degli uffici interni per collaborare alla definizione dei contenuti, grazie all' identificazione delle persone responsabili del perseguimento delle attività relative alle finalità specifiche di beneficio comune dello statuto.

4 Creazione della struttura in conformità ai requisiti di legge sulle Società Benefit accompagnata dal costante aggiornamento sugli ultimi sviluppi in ambito di reportistica non finanziaria.

5 Elaborazione della grafica e dei testi per rendere più intellegibili le informazioni contenute nella relazione e far sì che esse siano comprensibili a qualunque soggetto desideri leggerla, a prescindere dalla propria conoscenza tecnica degli argomenti.

Si tratta di un lavoro di squadra che portiamo avanti con orgoglio e con la consapevolezza che sia sempre necessario migliorarsi. Tutto è studiato per rendere questo documento reale interprete del cambiamento che Apoteca Natura contribuisce a generare quotidianamente, consegnando l'immagine più completa e veritiera del suo impatto coerentemente con le finalità di divulgazione che impone la legge sulle Società Benefit. **Un ringraziamento speciale a tutti i colleghi che anche quest'anno hanno collaborato alla redazione di questo documento e a tutti coloro che dedicheranno del tempo alla nostra Relazione di Impatto.**

www.apotecanatura.it

RELAZIONE DI IMPATTO 2020

Gli ultimi 12 mesi hanno rivoluzionato completamente la nostra vita quotidiana sia dal punto di vista personale che professionale. Per le farmacie l'impatto della pandemia è stato particolarmente significativo. Anche nei periodi più duri di lockdown, esse hanno continuato a garantire il proprio indispensabile servizio alla cittadinanza. Per quanto ci è stato possibile, abbiamo cercato di sostenerle, riorganizzando il nostro lavoro per la sicurezza dei clienti e del personale e fornendo tutto il supporto necessario.

Questa pandemia ha fatto emergere in maniera ancora più nitida come il bene del singolo individuo non possa essere scisso dal bene collettivo e come sia necessario recuperare l'equilibrio tra uomo e natura. Apoteca Natura, attraverso il proprio lavoro, si è sempre impegnata fornendo il proprio contributo. Cercheremo di farlo con ancora maggiore forza, ora che c'è un futuro da ricostruire.

APOTECA NATURA
Società Benefit



FARMACIE
**APOTECA
NATURA**
Per una salute consapevole