



RELAZIONE DI IMPATTO

2021

Farmacie Apoteca Natura
Società Benefit

Certified



Corporation



FARMACIE
APOTECA
NATURA

Per una salute consapevole



FARMACIE
**APOTECA
NATURA**
Per una salute consapevole

Direzione e Coordinamento
Frazione Aboca 20 - 52037 Sansepolcro (AR)
www.apotecanatura.it



**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 - Moltiplicazione dell'impatto positivo e promozione del Modello Benefit

<i>Focus: Un nuovo modello di affiliazione</i>	38
Obiettivi 2022	39

Seconda finalità - Prevenzione ed educazione per una salute consapevole

<i>Focus: Il nostro impegno per la prevenzione cardiometabolica</i>	46
Obiettivi 2022	48

Terza finalità - Valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci

<i>Focus: L'offerta naturale all'interno del percorso di Salute Consapevole</i>	52
Obiettivi 2022	53

Quarta finalità - Valore alle persone

<i>Focus: Il nuovo organigramma aziendale ad "Albero": un'inversione di paradigma</i>	57
Obiettivi 2022	58

Aponatura Portugal	60
--------------------	----

Tablelle di raccordo tra obiettivi e risultati 2021	62
---	----

Nota metodologica	70
-------------------	----

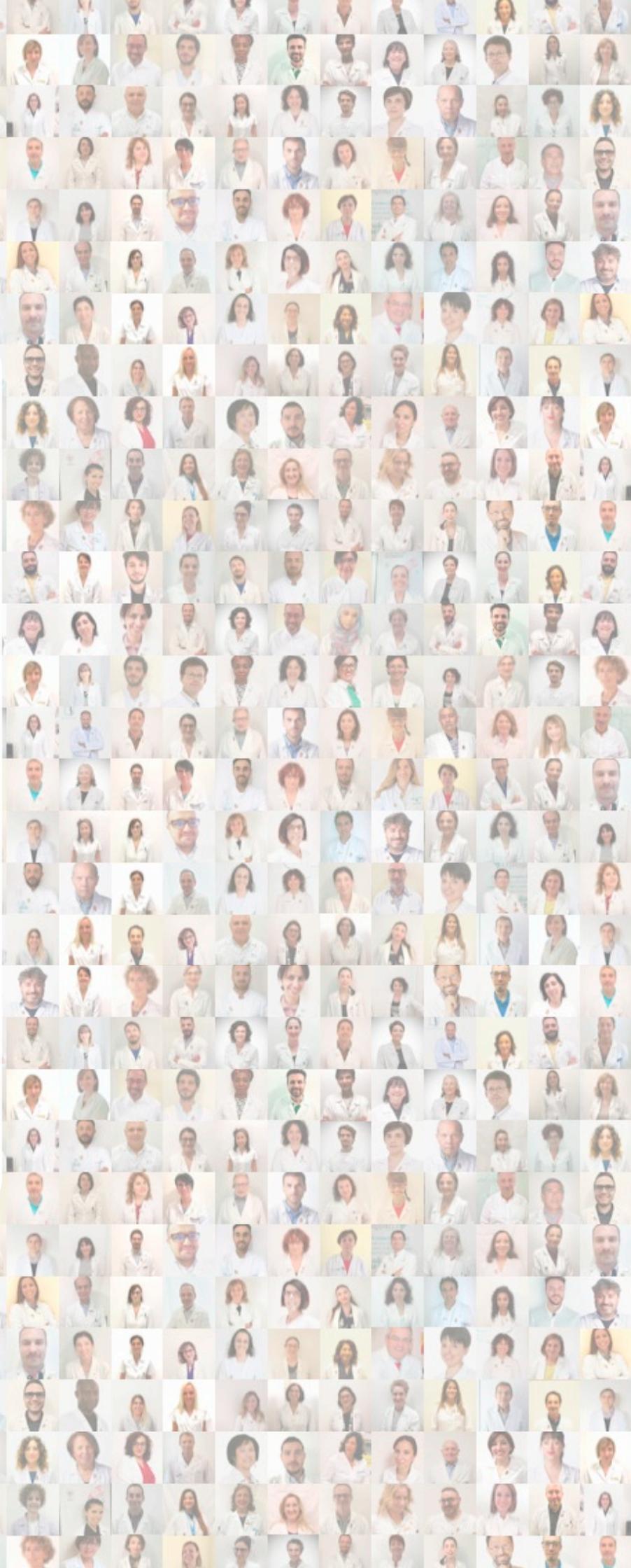


FARMACIE
**APOTECA
NATURA**
Per una salute consapevole

Relazione di impatto
Apoteca Natura S.p.A.

2021

Società Benefit



APOTECA NATURA

**“Per una salute
consapevole”**

Lettera dell'Amministratore Unico



Massimo Mercati
Amministratore Unico
Apoteca Natura S.p.A.

Ci lasciamo alle spalle un altro anno molto complesso a causa del perdurare della pandemia che ha messo a dura prova il nostro lavoro, ma **ha anche restituito centralità alla Farmacia nel contesto del sistema sanitario territoriale**. Quindi luci e ombre, certamente una nuova opportunità per affermare il ruolo socio-sanitario della farmacia che la nostra rete ha sviluppato con forza negli ultimi venti anni, ponendosi oggi come un punto di riferimento ed un esempio concreto nel contesto italiano ed internazionale.

Per il terzo anno consecutivo, con la presentazione della Relazione di impatto facciamo il punto sul percorso intrapreso negli ultimi 12 mesi, stilando un bilancio del valore positivo generato nei confronti della comunità e del territorio.

In tutto il nostro network **la massima attenzione continua ad essere rivolta alla persona e alla risoluzione dei suoi bisogni di salute**, con servizi di prevenzione permanenti e con un assortimento che mette al centro prodotti naturali che curano rispettando l'organismo e l'ambiente.

Apoteca Natura è un network di farmacie che preserva le realtà imprenditoriali in ogni territorio, attraverso un modello di affiliazione a livelli crescenti.

In questo modo le farmacie, siano

esse di proprietà o indipendenti, possono essere sempre coerenti con la promessa che esprimono, attraverso la declinazione del format in diversi cluster a seconda del territorio e del paese in cui operiamo.

In Italia siamo al momento in totale 740 farmacie, divise in tre cluster: 135 "Corner", 568 aderenti al cluster intermedio "Persona" e 37 al "Centro Salute", la novità più importante del 2021.

Parliamo di oltre 100 farmacie in più rispetto allo scorso anno, uno sviluppo molto importante per la nostra rete, visto anche il momento particolare che stiamo vivendo. Considerando anche le farmacie in Spagna, circa 270, e in Portogallo, circa 100, **la rete supera ormai le 1.100 unità, un traguardo che ci dice molto sulle potenzialità europee del nostro posizionamento.** È d'altra parte proprio di questi giorni l'ammissione, come **prima società privata, al network europeo delle Farmacie Sociali Europee**, un altro importante riconoscimento del nostro ruolo, così come ampiamente affermato dall'essere Società Benefit e B Corp certificata.

“Affrontiamo il nuovo anno con un rinnovato entusiasmo, basato sulla convinzione di essere sulla strada giusta rispetto a ciò che realmente le persone cercano: naturalità e sostenibilità, per una Salute Consapevole”.

Un'altra significativa novità che ci ha riguardato da vicino in questo 2021 è quella della **nuova società Apoteca Natura Holding Italia, nata dalla joint venture con Neo Apotek**, società operante nel retail farmaceutico costituita nel 2019.

L'obiettivo è di supportare le farmacie del network interessate a crescere, acquisendone altre, ovvero di offrire a chi intende cedere il controllo della propria farmacia l'opportunità di restare all'interno della rete Apoteca Natura mantenendo un ruolo attivo del titolare. Un modo per estendere ancora di più il nostro modello e i valori che rappresenta.

Durante questo 2021 c'è stata anche l'occasione per guardare al futuro e alla mission di Apoteca Natura, assieme alla nostra rete. Il Corso evoluzione, il prestigioso evento internazionale che organizziamo annualmente, ha avuto per titolo **“Verso un'Ecologia della Salute”.** **Assieme a relatori di alto profilo ed esperti abbiamo parlato del perché non vi possa essere salute senza sostenibilità e del ruolo attivo che il consiglio dei nostri farmacisti può rivestire in questo ambito.**

Tutto ciò è stato recepito nel marzo del 2021 all'interno di un documento della PGEU sulla green and sustainable pharmacy (Pharmaceutical Group of European Union - Best Practice Paper on Green and Sustainable Pharmacy in Europe), associazione che raggruppa oltre 400.000 farmacie di comunità in Europa, che sottolinea come **tra le responsabilità del farmacista ci sia oggi quella di consigliare il prodotto che, a parità di efficacia terapeutica, abbia un minore impatto sull'ambiente e sia possibilmente biodegradabile. E' l'affermazione del concetto di One Health in farmacia ed è quanto da sempre abbiamo messo al centro della nostra missione.**

D'altronde è lo stesso Parlamento Europeo che ci indica questa strada. Con una risoluzione del

settembre 2020 sui prodotti farmaceutici si chiede un maggiore impegno da parte di tutti per aumentare la consapevolezza e promuovere un uso prudente dei farmaci, promuovere una produzione più verde, ridurre gli sprechi e migliorare la gestione dei rifiuti, ridurre l'impatto ambientale garantendo la disponibilità di un'ampia gamma di farmaci a livello locale, vicino al domicilio o al luogo di lavoro del paziente.

Su questi temi Apoteca Natura sta già da tempo facendo la propria parte. **Ne è testimonianza il nostro Disciplinare**, messo a disposizione di tutto il network e appena rinnovato. Si tratta di uno strumento operativo, punto di riferimento per la realizzazione dei prodotti a marchio, nonché criterio sul quale basare la scelta dell'assortimento per quanto riguarda la **naturalità, la sicurezza e l'efficacia dei prodotti.**

Seguendo queste linee guida, nel 2022 lavoreremo per continuare a rafforzare l'identità di Apoteca Natura. Affrontiamo il nuovo anno con un rinnovato entusiasmo, basato sulla convinzione di essere sulla strada giusta rispetto a ciò che realmente le persone cercano: **naturalità e sostenibilità, per una Salute Consapevole.**



Massimo Mercati
Amministratore Unico
Apoteca Natura S.p.A.

Un nuovo modo di fare Farmacia



FARMACIE
**APOTECA
NATURA**

Per una salute consapevole

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 oltre **1.100 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 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

1.100+

Farmacie

22¹

Farmacie Comunali di Firenze



¹ A gennaio 2022 nasce la Farmacia Comunale Santa Maria Nuova alla Scala, di fatto la ventiduesima Farmacia Comunale 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 incontri in presenza ed e-learning**; in un processo di apprendimento continuo, sia di natura gestionale che professionale.

Un esempio è il corso "La corretta gestione delle autoanalisi in Farmacia: il controllo di qualità analitico e **la Verifica Esterna di Qualità**", volto a garantire la massima qualità dei servizi di autodiagnosi in farmacia. La SOD "Sicurezza e Qualità in Laboratorio" dell'Azienda Universitaria di Careggi ha elaborato indicatori statistici per il confronto dei principali parametri dei test di autodiagnosi.

Queste attività di monitoraggio sono essenziali per la gestione del Rischio Clinico: e permettono di ridurre al minimo le possibilità di errore da parte del paziente nella compilazione di un test di autodiagnosi.

La **formazione rappresenta un requisito indispensabile** per l'appartenenza delle farmacie al network. Apoteca Natura, infatti, richiede un numero minimo di 15 crediti formativi per ciascun farmacista della farmacia.

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



**Verifica
esterna
di qualità**

La Verifica Esterna di Qualità è un programma di valutazione oggettiva della qualità delle analisi effettuate in Farmacia, per uniformare e convalidare le procedure diagnostiche con un laboratorio riconosciuto dal SSN.

Questa verifica viene effettuata dall'Azienda Ospedaliero-Universitaria Careggi di Firenze, uno dei Centri più autorevoli in Italia per la gestione dei programmi VEQ per i laboratori ospedalieri, ASL e laboratori privati.

Per una salute
consapevole



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

Il progetto “Audit Civico delle Farmacie” realizzato in partnership con **Cittadinanzattiva**², 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.

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. Per maggiori informazioni sul progetto si rimanda alla pagina ufficiale di Cittadinanzattiva <https://www.cittadinanzattiva.it/progetti/11368-il-ciclo-pilota-dell-audit-civico-delle-farmacie.html?highlight=WyJhcG90ZWVhbiwibmF0dXJllo=>



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 Farmacie Fiorentine A.Fa.M., Società Benefit controllata da Apoteca Natura. A partire da quest'esperienza il modello di Audit Civico® è stato 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

Abbiamo progettato un nuovo format di farmacia, per porre concretamente al centro l'utente e i suoi bisogni.

Per questo motivo, gli spazi sono stati ripensati per coinvolgere attivamente la persona nel proprio percorso di salute, grazie a:

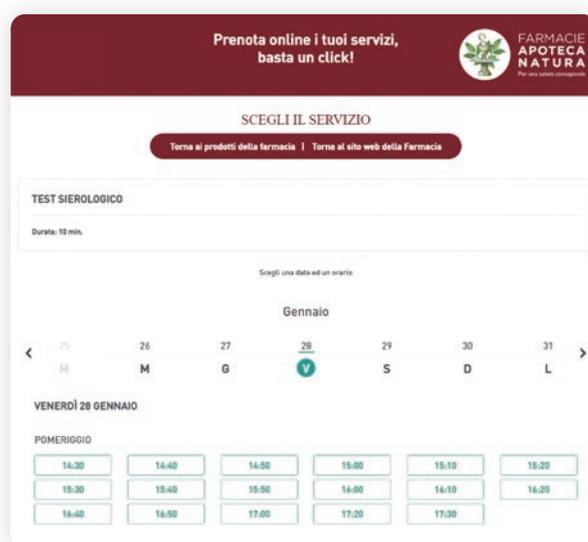
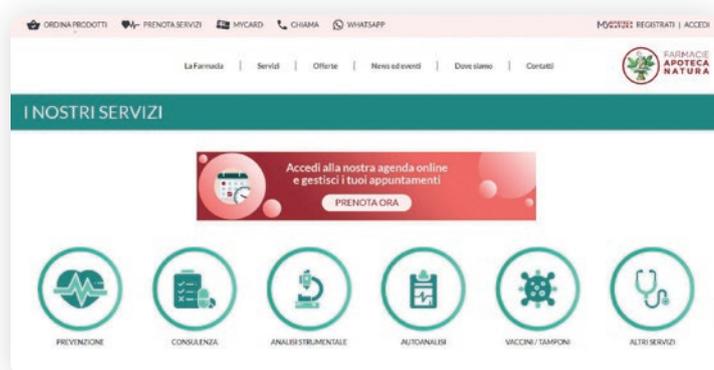
- **strumenti esperienziali e tecnologici;**
- un'area dedicata all'**apprendimento** e alla prova dei prodotti;
- una **suddivisione espositiva** non articolata per categorie merceologiche, bensì per **mondi di salute**, con informazioni e suggerimenti per ciascuno.



Agenda Servizi

È l'utile strumento che **agevola l'erogazione dei servizi in Farmacia** grazie alla possibilità di prenotarli comodamente online.

Tramite di essa nel corso dell'anno 2021 circa **100.000 persone hanno potuto prenotare tamponi e test sierologici** presso la propria farmacia di fiducia. Ciò ha permesso di agevolare sia la prenotazione della Persona che le gestione da parte del Farmacista.





I mondi di salute

Apoteca Natura ha progettato una diversa organizzazione della Farmacia dove spazi e processi sono strutturati per rispondere e gestire le diverse esigenze della Persona. Una trasformazione completa del paradigma in cui lo spazio è pensato non per le merci o il prodotto, ma per il consiglio e la relazione.

Questo significa partire dai bisogni di salute delle persone, dalle loro esigenze e ripensare in funzione di tali esigenze tutta l'organizzazione della Farmacia, dal ruolo del Farmacista al layout stesso con l'obiettivo finale della "presa in carico della persona per una salute consapevole".

I mondi identificano le esigenze di salute della persona sulla base di una visione sistemica e consapevole che pone l'individuo in relazione con il suo contesto.

Il linguaggio visivo è quello dei Mondi di Salute, facilmente riconoscibili tramite le sfere, accompagnati dalla descrizione della esigenza di salute. Un linguaggio grafico innovativo, creativo e di forte appeal sul consumatore/paziente. I payoff di ciascun mondo si rivolgono al consumatore/paziente creando un contatto diretto e accompagnandolo all'interno della Farmacia. Il percorso all'interno della Farmacia è inoltre arricchito da brevi testi che illustrano e evocano il mondo nel quale ci si trova.



SALUTE DELLA PELLE
Lo specchio della salute



CAPELLI
La cornice del volto



BOCCA, OCCHI, ORECCHIE
Comunica con il mondo



VIE RESPIRATORIE E DIFESE IMMUNITARIE
Respira la vita



STOMACO E INTESTINO
L'equilibrio parte dal centro



DOLORE E ARTICOLAZIONI
Il corpo umano è un congegno meraviglioso



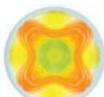
MAMMA E BAMBINO
Con te dai primi giorni



VETERINARIA
Amici animali



MEDICAZIONE
Piccole, preziose attenzioni



ENERGIA E VITALITÀ
L'energia è vita



SALUTE INTIMA
Un intimo equilibrio



CUORE E METABOLISMO
Trova il tuo ritmo



SONNO E SERENITÀ
Ogni buona notte è un buon giorno



ALIMENTAZIONE E INTOLLERANZE
Conosci il tuo corpo, scegli il tuo cibo

La storia di Apoteca Natura



**PRIME 100
FARMACIE**

**INIZIO
COLLABORAZIONE
CON SIMG**



SIMG
SOCIETÀ ITALIANA DI
MEDICINA GENERALE
E DELLE CURE PRIMARIE

**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





**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**

**NASCITA RETE IN
PORTOGALLO**



**1.100+ FARMACIE
A LIVELLO
INTERNAZIONALE**

**COSTITUZIONE
APOTECA NATURA
HOLDING ITALIA S.P.A.
SOCIETÀ BENEFIT**

**CLUSTERIZZAZIONE
IN TRE FORMAT:
"CORNER"
"PERSONA"
"CENTRO SALUTE"**



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

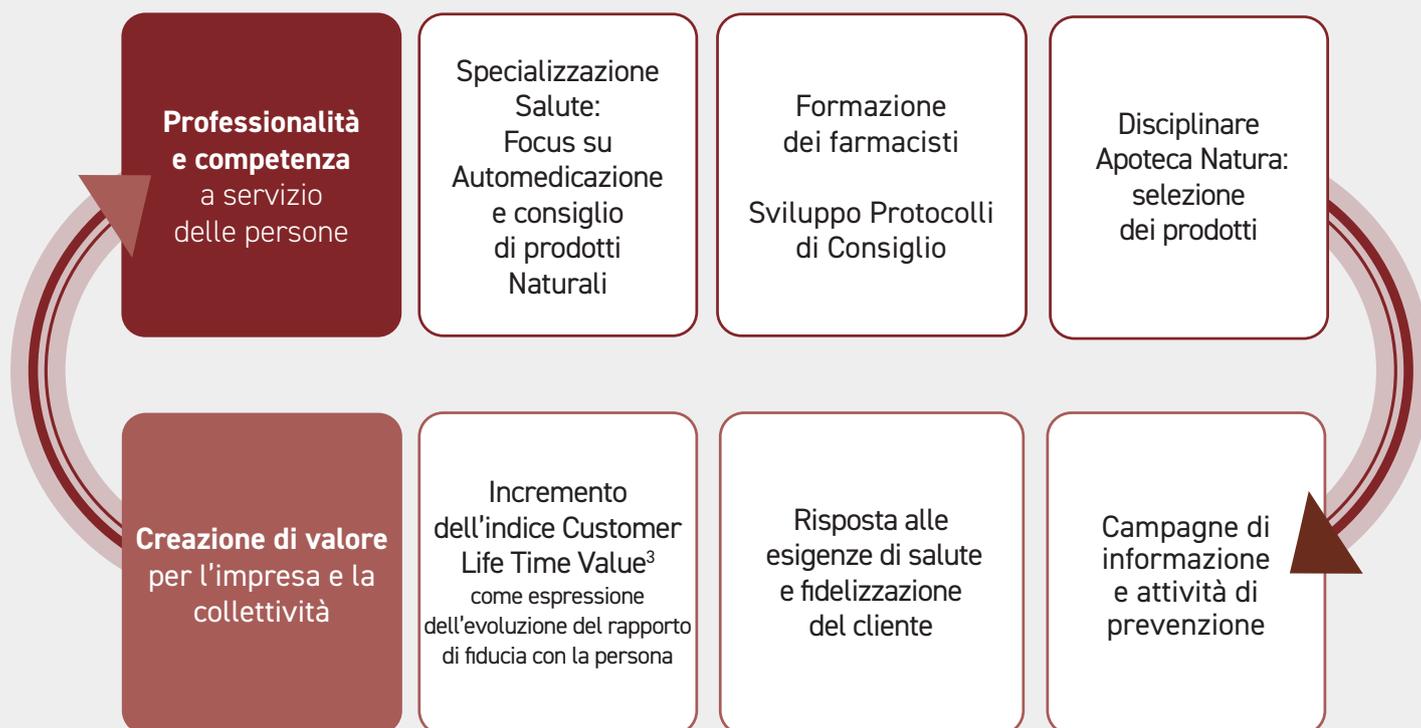


Corporation

Business model

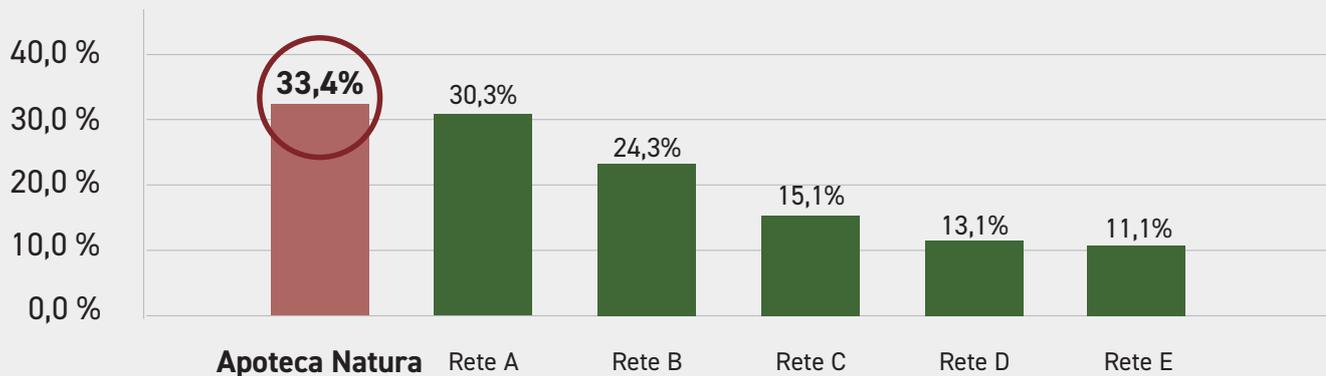
Il modello di business di Apoteca Natura si basa sulla creazione di valore condiviso:

- porre il farmacista nella migliore condizione per prendersi cura delle persone, garantendo 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.



³Customer 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 2021.

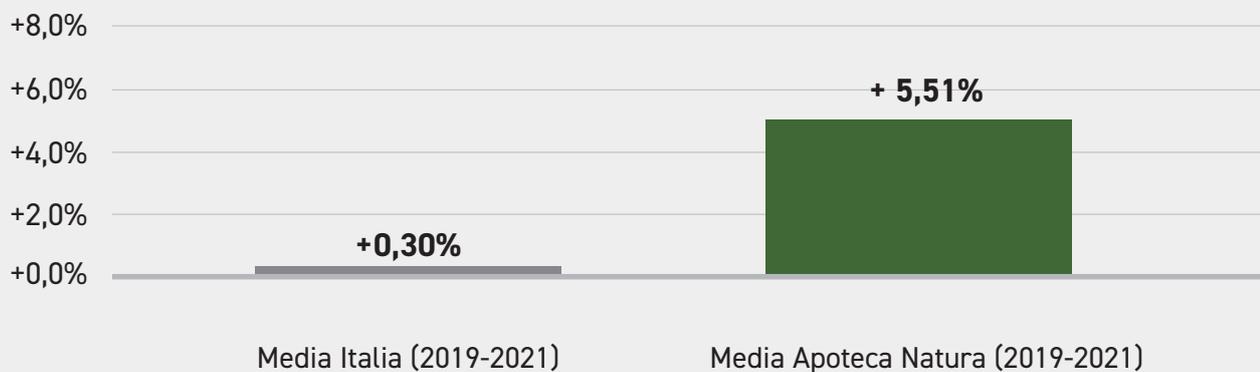
Fiducia



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

Fonte: Interactive Market Research, Dicembre 2021.

Trend fatturato globale farmacie Apoteca Natura e media farmacie Italia



DATO ITALIA: Fonte dati Pharmatrend IQVIA - Panel totale farmacie Italia - trend aggregato 2019-2021.

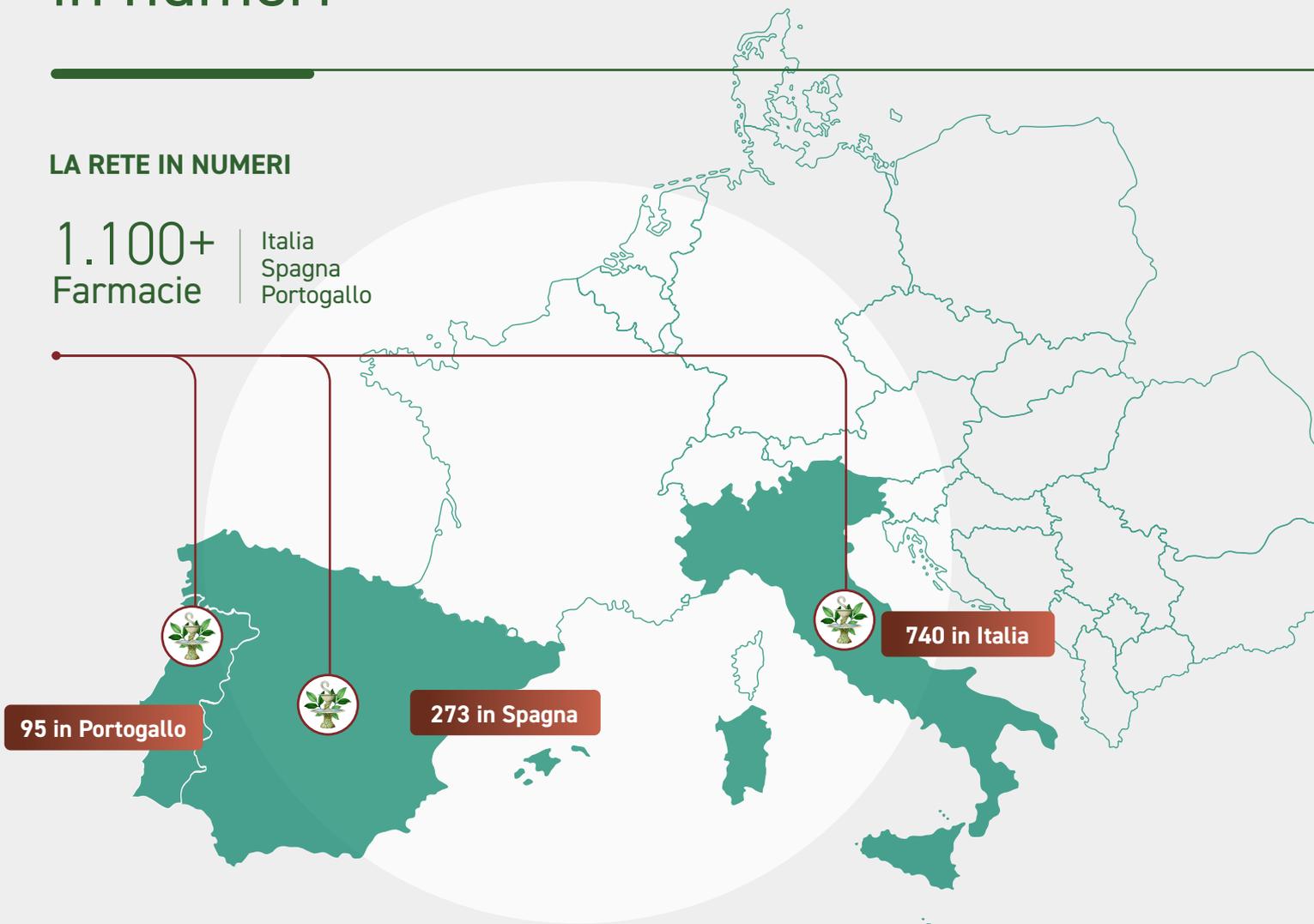
DATO APOTECA NATURA: Panel di 50 Farmacie entrate in Apoteca Natura nel 2018 - trend aggregato 2019-2021.

Apoteca Natura in numeri

LA RETE IN NUMERI

1.100+
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

FATTURATO APOTECA NATURA



**complessivo 7,7
milioni di euro⁴**



ITALIA

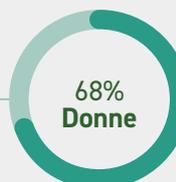


SPAGNA

DIPENDENTI



51 Dipendenti



FARMACISTI



**6.100+
Farmacisti
aderenti
alla Rete**



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



**oltre 35
milioni di €
fatturato
A.Fa.M.**



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

⁴Contribuisce 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 oltre 219.000 € nel 2021, che non rientra all'interno del perimetro di questa relazione. Rientra nel fatturato consolidato di Apoteca Natura anche l'80% del fatturato di A.Fa.M..



FARMACIE
**APOTECA
NATURA**

Per una salute consapevole



Rendicontazione dell'impatto

Per ottemperare agli obblighi stabiliti dalla Legge 28-12-2015 n. 208 (Commi 376-384) in materia di Società Benefit, Apoteca Natura misura e rendiconta il proprio Impatto attraverso la Relazione di Impatto annuale che è composta da due parti:

PARTE 1

La “**Parte 1**” presenta **una valutazione dell'impatto complessivo di Apoteca Natura⁵** attraverso uno standard di terza parte: il BIA (Benefit Impact Assessment).

PARTE 2

La “**Parte 2**” presenta i **risultati raggiunti da Apoteca Natura** nel 2021 in riferimento alle finalità specifiche di beneficio comune inserite nello statuto dell'azienda insieme agli obiettivi 2022.

⁵ Con riferimento ad Apoteca Natura S.p.A., trattandosi di una valutazione complessiva dell'impatto dell'azienda, non si può prescindere dal considerare in maniera congiunta la società italiana e le sue filiali estere. Rimangono escluse dal perimetro di valutazione Apoteca Portugal e Farmacie Fiorentine A.Fa.M. S.p.A., quest'ultima valutata autonomamente e certificata B Corp.



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.

Come riportato dal grafico, il risultato dell'analisi 2021 ha evidenziato un miglioramento rispetto al 2020. L'impronta è tracciata dal BIA relativamente alle aree Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti.



Nel grafico le cinque aree sono suddivise in dodici 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, costituiscono elementi di eccellenza l'orientamento alla formazione dei clienti (i farmacisti) e le risorse che mettiamo loro a disposizione per moltiplicare l'impatto positivo che hanno sulle comunità. Allo stesso modo è messo in risalto l'impegno volto ad assicurare la salute e il benessere dei lavoratori insieme alla spiccata sensibilità ai temi ambientali.

⁶L'impronta dell'impatto del 2020 è differente da quella presentata nella Relazione dello scorso anno, in quanto è stato utilizzato un metodo di aggregazione delle aree del BIA differente, maggiormente rappresentativo del modello di business di Apoteca Natura.



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 circa 100 B Corp certificate, mentre in tutto il mondo ce ne sono oltre 4.470.**



**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 140.000 aziende nel mondo, **ma soltanto poco meno del 3% di queste ha superato la soglia degli 80 punti.**

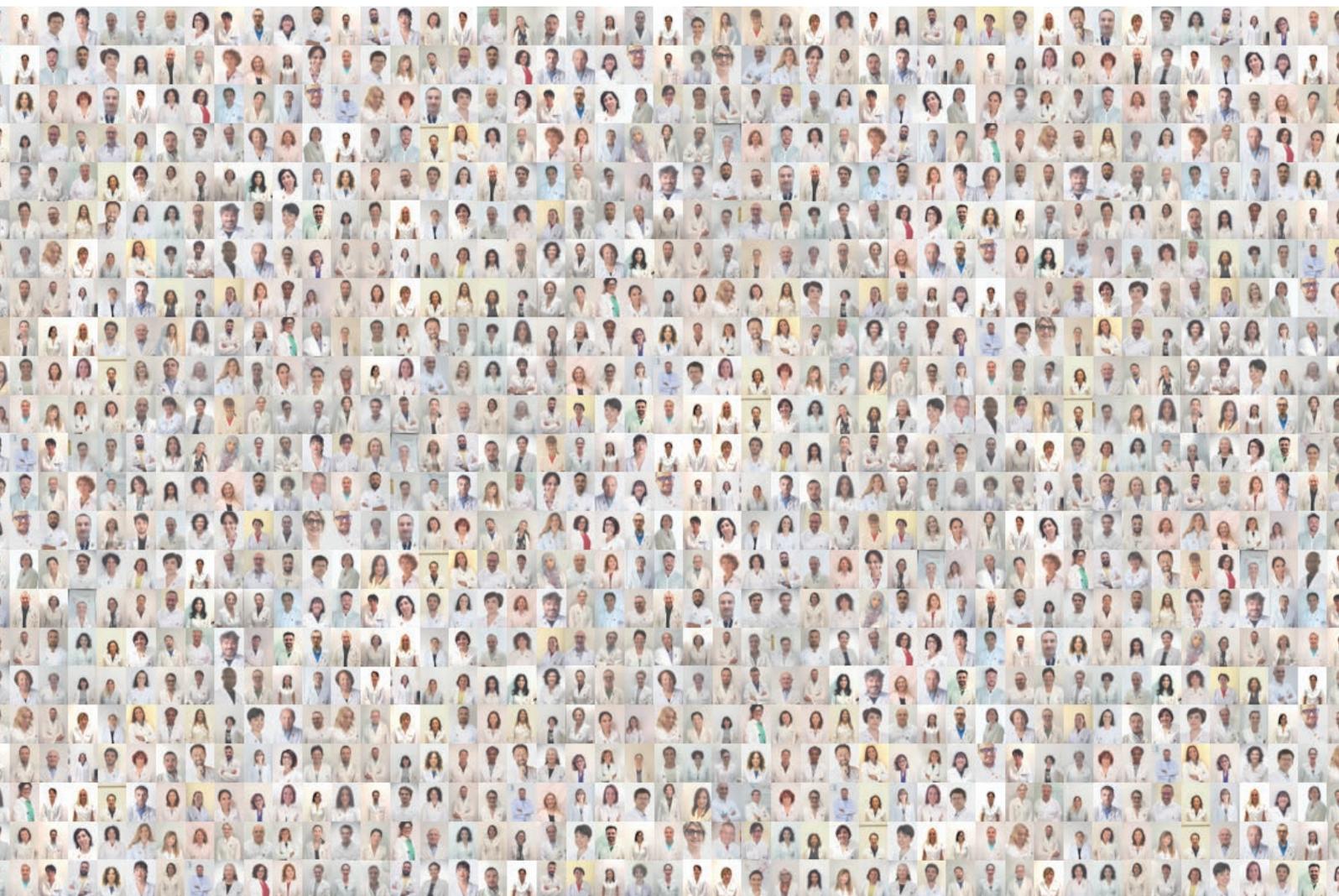
Il risultato è tanto più significativo poiché Apoteca Natura ha sostenuto per la prima volta questo iter di certificazione, che le ha riconosciuto un costante impegno verso un modello di sviluppo sostenibile volto a moltiplicare il suo impatto positivo **attraverso tutta la rete di oltre 1.100 farmacie.**

Certified



Corporation

89.4 punti



Apoteca Natura e i Sustainable Development Goals (SDGs) delle Nazioni Unite

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. Abbiamo considerato quindi importante valutare in che modo possiamo contribuire agli SDGs in maniera più diretta grazie alla nostra attività.

L'SDGs Action Manager



Per valutare il contributo dell'azienda, 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 Unite⁷.

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.**

Gli SDGs valutati dalla piattaforma sono 16 in quanto il diciassettesimo è il risultato dell'interazione fra tutti gli altri e l'SDGs Action Manager non è ancora in grado di restituire un'indicazione di contribuzione puntuale.

Lo strumento consente di ottenere un'auto-valutazione di quanto l'azienda stia contribuendo a ciascuno degli obiettivi di sviluppo sostenibile.

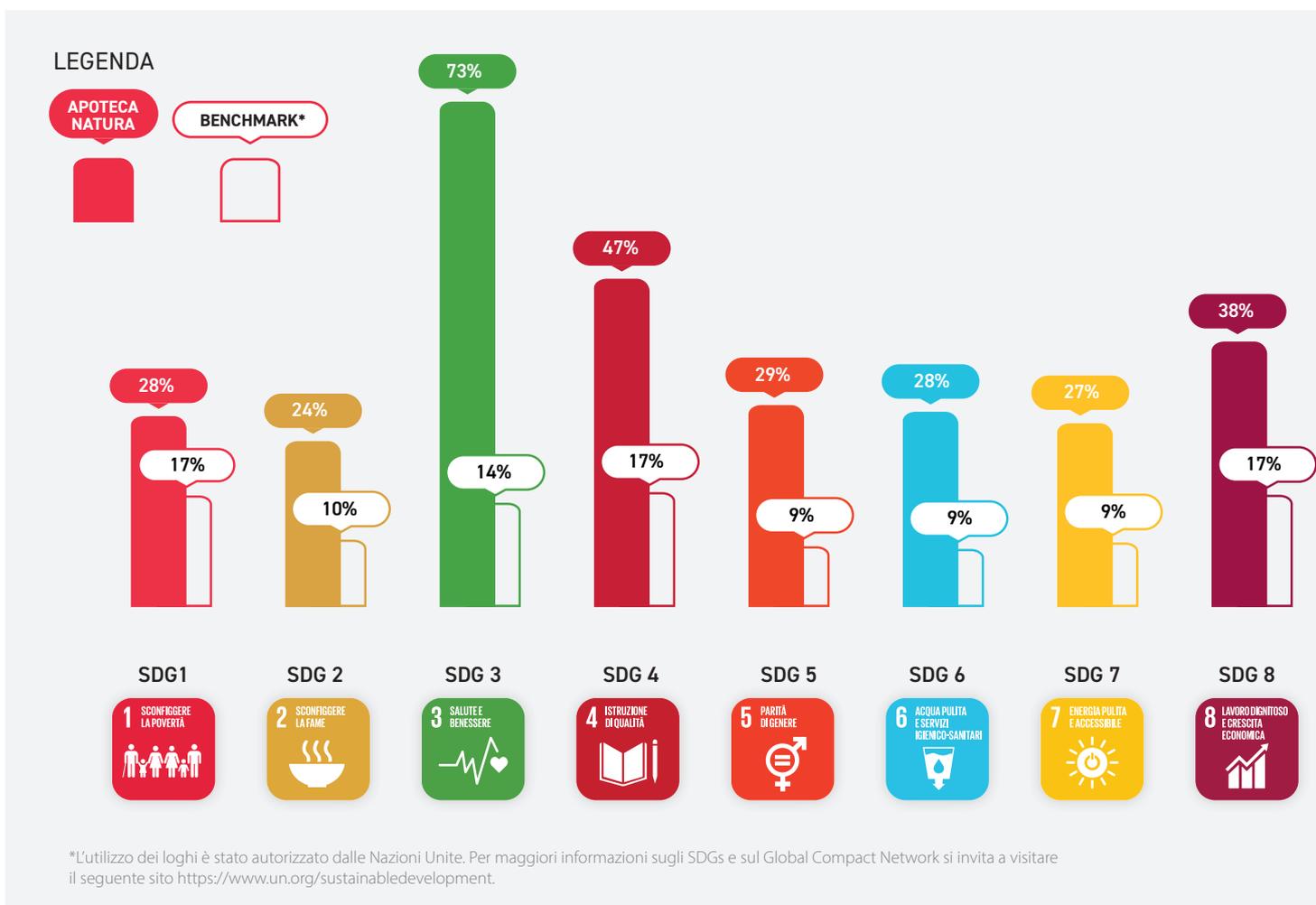
Il grafico proposto nella pagina seguente rappresenta la contribuzione a ciascun SDG espressa in termini percentuali.

Per ciascun obiettivo viene riportato nella colonna a destra anche il valore percentuale relativo al benchmark di riferimento delle aziende di pari dimensioni che nel mondo si sono cimentate con questo strumento di auto-valutazione. La misurazione ci ha permesso di avere un'ulteriore evidenza delle nostre principali aree di impatto rispetto agli SDGs: Apoteca Natura **eccelle in particolare nella contribuzione agli obiettivi 3, 4 e 12.**

Nella pagina seguente sono presentati graficamente i risultati dell'analisi condotta su Apoteca Natura.

⁷La 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



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:

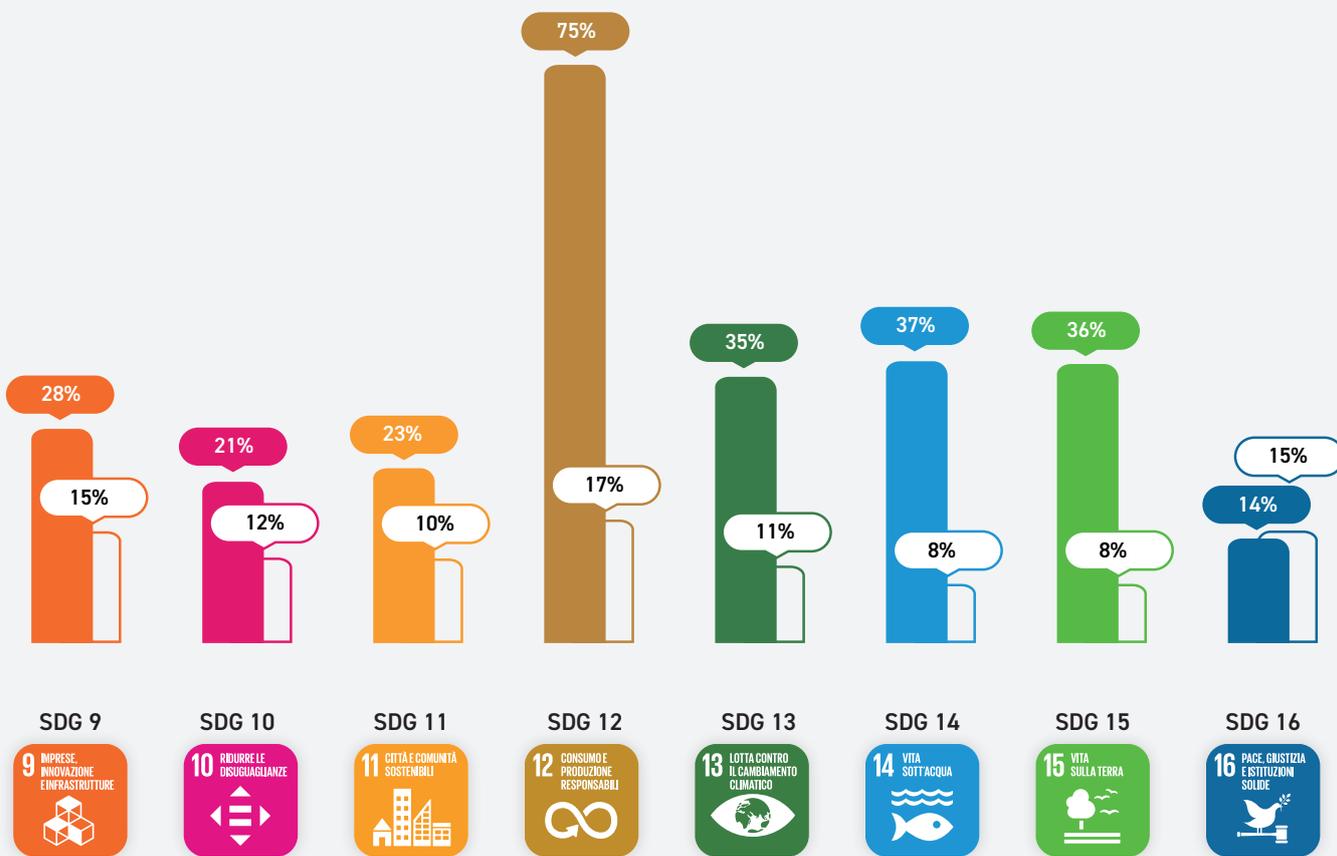
Apoteca Natura **eccelle in particolare nel raggiungimento degli obiettivi 3, 4 e 12⁸**.

Di seguito vengono descritti tre obiettivi e presentiamo un dettaglio delle iniziative maggiormente valorizzate⁹.

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 attraverso i 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 Stai 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, etc.).



⁸Considerando le indicazioni fornite dalla piattaforma SDGs Action Manager, sulla base dei risultati delle oltre 1.000 imprese italiane che si sono misurate con lo strumento al 31/12/2021.



Apoteca Natura favorisce quest'obiettivo grazie al **sistema di Sviluppo del Personale** implementato nel corso del 2021 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.



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 FSC¹⁰ e PEFC¹¹** 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.



⁹Per 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>).

¹⁰ Forest Stewardship Council <https://fsc.org/en>.

¹¹Program for Endorsement of Forest Certification schemes <https://pefc.it/>.

PARTE 2 - Risultati relativi alle finalità specifiche di beneficio comune

Con la trasformazione in Società Benefit del 2019, 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.

Nel 2021 abbiamo deciso di aggiornare lo statuto con **tre importanti variazioni introdotte con atto notarile a febbraio 2022**, per allineare le attività dell'azienda in maniera ancora più coerente con la sua missione:

- **la prima finalità è il risultato dell'unione di quelle che erano la prima "Promozione del modello Benefit" e la quarta "Moltiplicazione dell'impatto positivo" per creare una finalità più omogenea e chiara;**
- **è stato esplicitato in maniera ancora più marcata l'orientamento di Apoteca Natura verso la formazione e l'informazione al farmacista;**
- **la nuova quarta finalità, "Valore alle Persone", è invece l'esplicitazione di un'attenzione che Apoteca Natura ha sempre dedicato alle persone che lavorano in azienda: creare un ambiente di lavoro positivo per i propri dipendenti dovrebbe essere una priorità per ogni azienda.**

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."



PRIMA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

Moltiplicazione dell'impatto positivo e 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 sociale e ambientale positivo, assicurando la moltiplicazione dell'impatto positivo attraverso il coinvolgimento attivo dei clienti e delle comunità in cui operano. Come primo network mondiale di Farmacie aderenti al Modello Benefit, questo comprenderà anche la diffusione e la facilitazione dell'adozione del paradigma Benefit di duplice finalità: profitto e beneficio comune da parte degli affiliati della rete.



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, attività di miglioramento degli stili di vita con considerazione allargata dei fattori ambientali e sociali, anche grazie ad una adeguata formazione al personale delle farmacie aderenti al network.



TERZA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

Valorizzazione dei Prodotti Naturali

La diffusione, valorizzazione e promozione dell'uso di prodotti naturali scientificamente avanzati, efficaci e sicuri per l'organismo e l'ambiente. Questo potrà comprendere attività di formazione rivolte al personale delle farmacie del network e 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.



QUARTA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

Valore alle persone

La creazione di un ambiente di lavoro positivo, volto alla valorizzazione ed al benessere delle persone, per sviluppare il potenziale di ogni persona e fare crescere costantemente l'orgoglio e la soddisfazione di lavorare con l'azienda.



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 obiettivi che ci poniamo per il 2022.

Ogni finalità è presentata riportando il testo originario del nostro statuto. Una breve spiegazione illustra gli aspetti più significativi di ciascuna finalità.

Le singole attività, i dati, gli indicatori e i risultati sono presentati in forma schematica.

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

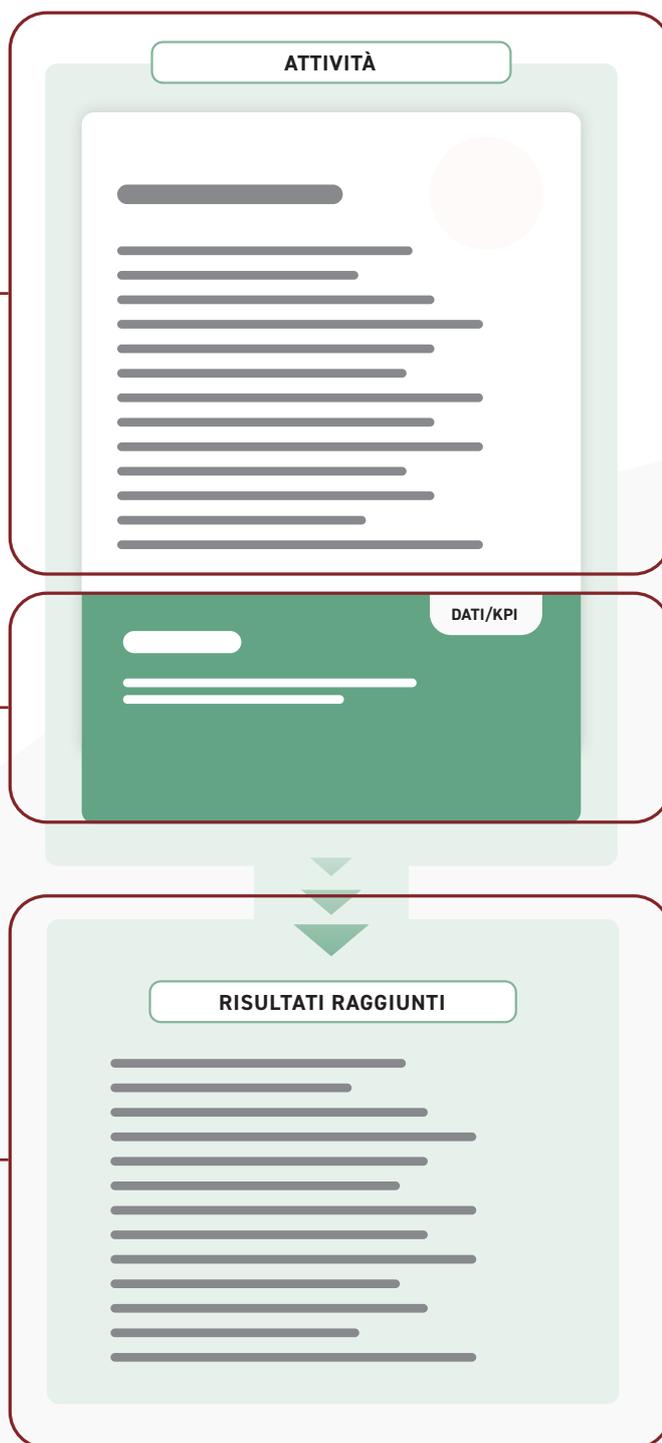
“Dati/KPI”, principali dati qualitativi e quantitativi che caratterizzano l’iniziativa.

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:



Moltiplicazione dell'impatto positivo e promozione del Modello Benefit

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).

ATTIVITÀ



Stai Benefit!

Il Blog “Stai Benefit!”

è uno spazio di approfondimento e riflessione dedicato a Salute Consapevole e Bene Comune. Il Blog è popolato periodicamente con nuovi articoli, interviste, video e rubriche. Un'occasione in più per la rete Apoteca Natura per concretizzare il proprio impegno di Farmacie Benefit®.

Favorire un'informazione corretta è un atto fondamentale, soprattutto oggi di fronte all'estrema semplicità con la quale le persone sono condizionate da notizie e consigli falsi diffusi in rete.

**Stai
Benefit**
IL BLOG DI APOTECA NATURA

DATI/KPI

16 nuovi articoli
48.000+ utenti hanno letto complessivamente gli articoli



RISULTATI RAGGIUNTI

Abbiamo contribuito ad aumentare la consapevolezza delle persone rispetto a tematiche di salute, di prevenzione connessa a corretti stili di vita, di ambiente e sostenibilità sociale, tramite un'unica piattaforma di contenuti per moltiplicare i valori promossi da Apoteca Natura.

ATTIVITÀ



Health&Loyalty System

Un unico sistema che include tutti gli aspetti relativi alla salute: referti diagnostici, terapie, prevenzione e stili di vita, per rendere concreta la promessa di Salute Consapevole.

**HEALTH &
LOYALTY
SYSTEM**

DATI/KPI

394.000+
clienti delle farmacie registrati

5.970
farmacisti utilizzano il sistema in Italia

3.530
farmacisti utilizzano il sistema in Spagna



RISULTATI RAGGIUNTI

Questa piattaforma moltiplica le possibilità del farmacista di offrire supporto ai propri clienti e allo stesso tempo, funge da importante strumento per tracciare e prevenire l'insorgenza di potenziali patologie, sostenendo gli impatti delle campagne di prevenzione, nel pieno rispetto della privacy degli utenti registrati.

Prima finalità di Beneficio Comune:



Moltiplicazione dell'impatto positivo e 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 sociale e ambientale positivo, assicurando la moltiplicazione dell'impatto positivo attraverso il coinvolgimento attivo dei clienti e delle comunità in cui operano. Come primo network mondiale di Farmacie aderenti al Modello Benefit, questo comprenderà anche la diffusione e la facilitazione dell'adozione del paradigma Benefit di duplice finalità: profitto e beneficio comune da parte degli affiliati della rete.

ATTIVITÀ



Corso evoluzione internazionale a tema Benefit: Verso l'ecologia della salute



Un evento scientifico internazionale del network con relatori di alto profilo ed esperti di sostenibilità nell'ambito della salute, perché non vi può essere salute senza sostenibilità. Durante il corso è stato affrontato il significato del concetto di biodegradabilità per condividere come il vero naturale sia la strada per un futuro sostenibile, non solo necessario, ma possibile. Tematiche aperte sui principali tavoli scientifici internazionali e che si intersecano con la realtà della Farmacia nel consiglio giornaliero come punto di snodo importante per la cura non solo della persona, ma anche dell'ambiente.

990+ partecipanti

tra farmacisti e altri soggetti che si sono connessi all'evento online

DATI/KPI



Assemblee Territoriali



Partecipazione delle farmacie appartenenti al network con focus anche su tematiche benefit.

DATI/KPI

167 assemblee in Italia e 46 in Spagna. 6.130+ farmacisti partecipanti

RISULTATI RAGGIUNTI

Oltre 150 farmacie al 31 dicembre 2021 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.

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.



Visite del personale Apoteca Natura

Visite in farmacia per promuovere il Modello di impresa Benefit.

DATI/KPI

2.800+ visite
fisiche o online

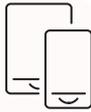


Portale Apoteca Natura

Sviluppo e messa a disposizione di strumenti di rendicontazione per l'Italia dedicati al Modello Benefit.

DATI/KPI

1 Sezione online
specificata



Pubblicazione news e invio newsletter

Materiale dedicato al tema Benefit con contenuti sia divulgativi che di approfondimento, indirizzati ai farmacisti della Rete Apoteca Natura per accrescere la loro consapevolezza riguardo al tema.

DATI/KPI

3 News e 3 Newsletter

RISULTATI RAGGIUNTI

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.

Prima finalità di Beneficio Comune:



Moltiplicazione dell'impatto positivo e promozione del Modello Benefit

ATTIVITÀ



Campagna di solidarietà Natale 2021 in collaborazione con Fondazione Rava

Le Farmacie Apoteca Natura, in collaborazione con Fondazione Francesca Rava, hanno promosso una campagna di raccolta prodotti per la cura dei bambini, campagna di solidarietà denominata "Dona salute" dal 1° dicembre 2021 al 7 gennaio 2022.



DATI/KPI

190 farmacie aderenti
130+ enti beneficiari
6.400+ prodotti donati
€ 5.000 donazione centrale da parte di Apoteca Natura

RISULTATI RAGGIUNTI

I prodotti raccolti sono stati donati a enti e case-famiglia che aiutano i bambini in povertà sanitaria in Italia.



Inquinamento indoor - come ridurlo con piante depurative

Quali piante d'appartamento possono pulire l'aria di farmacie, scuole, uffici e case? Abbiamo realizzato una "Guida alle Piante con proprietà purificanti dell'aria Interna", sviluppata in collaborazione con Associazione Medici per l'Ambiente (ISDE) e scritta dalla Dottoressa Vitalia Murgia. In media le persone passano il 90% del tempo in ambienti chiusi, respirando aria che viene definita "indoor" con concentrazione di inquinanti superiore rispetto all'aria esterna. Nella Guida è presente un elenco di piante di facile reperibilità, economiche e semplici da gestire (innaffiatura, ecc.).

DATI/KPI

1 Brochure con distribuzione gratuita nelle farmacie

RISULTATI RAGGIUNTI

Diffondere la conoscenza sull'importanza che le piante rivestono per migliorare la qualità dell'aria anche in ambienti indoor. La presenza di piante all'interno di un edificio è considerato uno dei modi più naturali per migliorare la qualità dell'aria.

ATTIVITÀ


**Progetto
"Adotta una Pianta"**


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

L'iniziativa, alla quale aderiamo dal 2018 insieme ad altre aziende del territorio e ai cittadini, è stato creato da Progetto Valtiberina con la collaborazione operativa dell'Unione Montana dei Comuni della Valtiberina Toscana.

Numeri/KPI

**30 alberi donati
nel 2021**

185 alberi donati in 3 anni

RISULTATI RAGGIUNTI

Abbiamo contribuito a preservare il patrimonio boschivo della comunità di Sansepolcro, che ospita da oltre 20 anni la sede centrale di Apoteca Natura. Gli alberi oltre a migliorare l'aspetto della zona contribuiranno con la loro presenza ad assorbire CO₂.

ATTIVITÀ


**Video pillole dedicate
al movimento**


Video consigli movimento per il benessere; consigli con esercizi a corpo libero abbinati ad una corretta respirazione, mirati a:

- rilassare corpo e mente;
- ridurre la circonferenza addominale con esercizi aerobici e di potenziamento muscolare;
- ristabilire l'equilibrio muscolo-scheletrico con esercizi di ginnastica posturale;
- effettuare workout cardio, con esercizi aerobici di fitness e potenziamento muscolare a corpo libero;
- ridurre stress, ansia e disturbi del sonno con esercizi di rilassamento e meditazione realizzati ad hoc per Apoteca Natura da parte del centro di formazione Tedamis.

DATI/KPI

**6 video in Italia
3 video in Spagna**

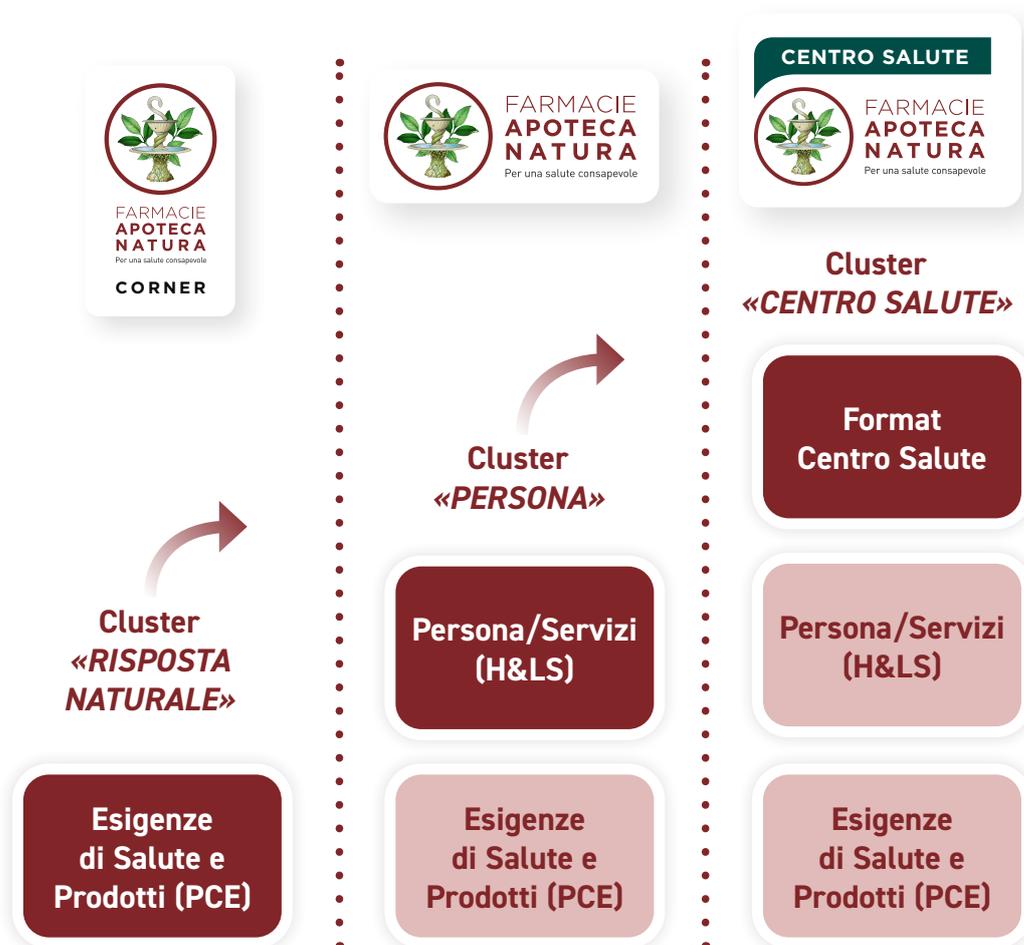
RISULTATI RAGGIUNTI

Abbiamo diffuso le buone pratiche per tenersi in forma, anche seguendo dei video-tutorial online gratuiti.

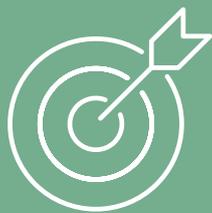
Un nuovo modello di affiliazione

La rete negli anni si è sviluppata a più velocità, con differenti livelli di adesione ai servizi offerti. Nel corso del 2021, in Italia, siamo passati ad una segmentazione chiara e coerente che propone tre cluster.

Il cluster 1 “Risposta Naturale” è caratterizzato da un focus sul consiglio dei prodotti naturali in automedicazione, **il cluster 2 “Salute Consapevole”** con focus sui servizi alla persona. Infine, **il cluster 3 “Centro Salute”** è un modello di farmacia in Full Franchising che prevede riconoscibilità totale, delega agli acquisti e supporti di gestione a 360°. L'evoluzione del posizionamento all'interno della rete Apoteca Natura consente una progressiva creazione di valore, portando a un miglioramento in tutti gli indicatori legati alla relazione con il cliente (Customer Lifetime Value), in coerenza con le tematiche Benefit.



PCE = *Protocolli di Consiglio per Esigenza*
H&LS = *Health & Loyalty System*



Obiettivi 2022 per la prima finalità di Beneficio Comune:

Moltiplicazione dell'impatto positivo
e promozione del Modello Benefit

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

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

Organizzazione campagna di solidarietà

nel mese di dicembre



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, attività di miglioramento degli stili di vita con considerazione allargata dei fattori ambientali e sociali, anche grazie ad una adeguata formazione al personale delle farmacie aderenti al network.

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 sia cartacei che online 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 **campagne di prevenzione** in diverse aree di salute che vengono promosse periodicamente consegnando ai farmacisti specifici **protocolli di consiglio**¹² per permettergli di rispondere alle diverse esigenze dei pazienti.



RILEVAZIONE DELLE RED FLAG

Ogni volta che una persona effettua un test, direttamente in farmacia o da casa, se dall'analisi emergono fattori di rischio significativi (**Red Flag**), insieme agli esiti del test, viene fornita anche una lettera con l'indicazione degli 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.**

¹²Protocolli 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



DATI/KPI

In totale **9** campagne promosse
10.570+ test di prevenzione effettuati di cui **5.280** cardiovascolari



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 anni¹³.



oltre **10 milioni** di impression su Facebook per le campagne promosse



Oltre **85 mila** visualizzazioni della pagina dedicata alle campagne



Promozione PCE (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

14 nuovi PCE
(7 in Italia e 7 in Spagna)

3 PCE
aggiornati



più di
7.280+
sul link specifico

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 su specifiche esigenze di salute, Apoteca Natura richiede un numero minimo di 15 crediti formativi per mantenere l'iscrizione al network.

DATI /KPI

Oltre 6.100 farmacisti formati
grazie alle attività proposte
Oltre 142.000 crediti formativi erogati
tra Italia e Spagna



RISULTATI RAGGIUNTI

Miglioramento della conoscenza del farmacista:

23,65 crediti acquisiti in media dai farmacisti tra Italia e Spagna (+60% rispetto alla soglia minima di 15 crediti).

Grado di utilità delle informazioni acquisite secondo il farmacista:



72% Molto soddisfacente
27% Soddisfacente
1% Insoddisfacente

I clienti hanno dichiarato di aver appreso il 15% in più di quello che sapevano prima delle attività.¹⁴

¹³ 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.

¹⁴ Abbiamo introdotto questa valutazione quest'anno per 7 attività come pilota, dal 2022 sarà applicata a tutte.

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 Federfarma, per consentire ai farmacisti e ai propri clienti di minimizzare i rischi di contagio da Covid.

DATI/KPI

Newsletter, notizie e comunicazioni ad hoc attraverso app gratuita MyApotecaNatura, Blog Stai 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.

ATTIVITÀ



Sensibilizzazione all'utente finale con campagne social e consigli dei Farmacisti



- Video pillole con consigli dei farmacisti su varie tematiche legate alle esigenze di salute: mantenimento di un buono stato di salute del cuore, sostanze in aiuto del sistema cardiometabolico, controllo del peso attraverso movimento e buone abitudini alimentari, come partire.
- Campagne social per amplificare la portata delle iniziative di prevenzione in sicurezza.

DATI/KPI

Video pillole: 8
 Visualizzazioni: 453.500+
 Impression: 777.700+
 Farmacie richiedenti campagne social: 97
 Post pubblicati nel 2021: 52

RISULTATI RAGGIUNTI

I consigli specifici dei farmacisti Apoteca Natura, creano conoscenza per le persone riguardo varie esigenze di salute nella vita quotidiana (come tenere in salute il cuore, viaggiare in sicurezza, controllo del peso, come dormire di più e meglio).

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

**270 Farmacie
con il servizio attivo**

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

**70.000+ alimenti
6 esigenze di salute
54 menu
8 indici di equilibrio**

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.

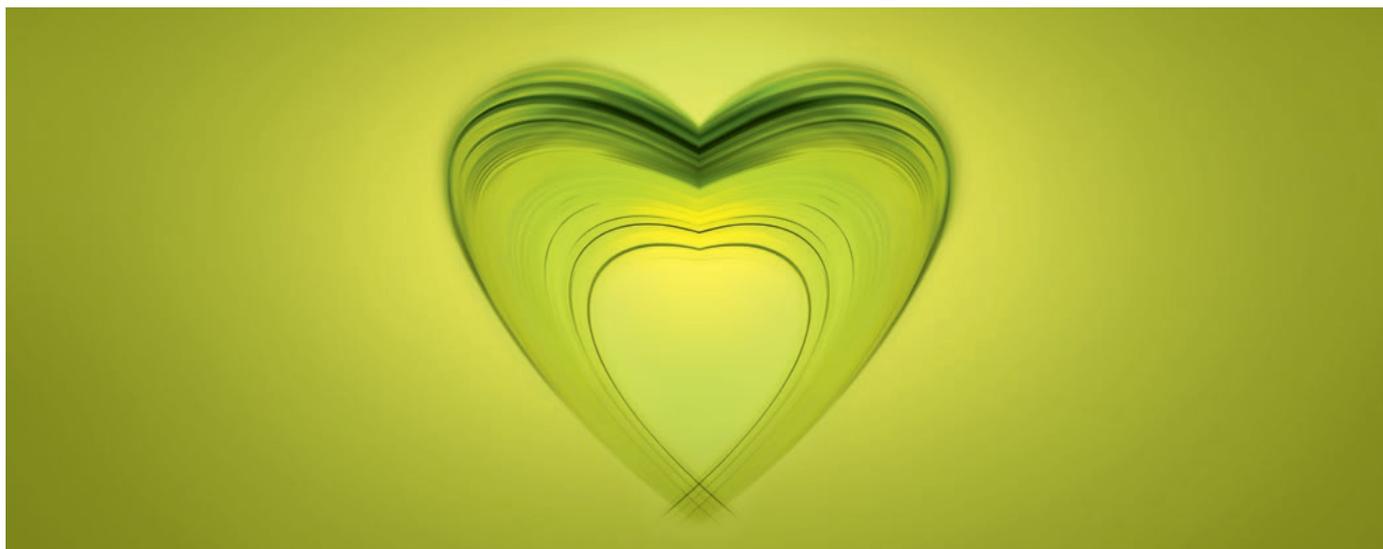
Aumento dell'utilizzo del servizio rispetto al 2019:



RISULTATI RAGGIUNTI

Metodi efficaci e sicuri per gestire il peso:

- Diario Alimentare: consente di programmare e consuntivare l'alimentazione, migliorando l'autocontrollo.
- Metodo ACPG (Alimentazione Consapevole del Picco Glicemico): basato sull'autonomia e la personalizzazione.



Il nostro impegno per la prevenzione cardiometabolica

Per garantire la gestione efficiente ed efficace della campagna di prevenzione cardiometabolica e la corretta presa in carico della persona, sono state realizzate per i farmacisti, incontri tematici assieme ai Tutor della Formazione.

Durante questi corsi sono state affrontate le problematiche cardiovascolari e la sindrome metabolica per guidare le persone nel percorso di prevenzione più adatto. Abbiamo approfondito anche le possibili “red flag”, i fattori di rischio, da riferire al medico per una più approfondita valutazione. Inoltre, sono stati trattati i prodotti correlati a queste esigenze per favorire percorsi di salute nel pieno rispetto dell’organismo e dell’ambiente in cui vive.

Per le Farmacie del Cluster “Centro Salute” è stato erogato un corso di formazione per presentare la Box Salute Prevenzione e Monitoraggio Cardiovascolare, nata dalla specializzazione di consiglio e servizio della rete Apoteca Natura, che rappresenta la “prodottizzazione” del servizio di prevenzione cardiovascolare.

La Box Salute contiene:

- **Coupon per l’autodiagnosi e coupon sconto:** 1 Coupon valido per 1 misurazione della Pressione Arteriosa, 1 Coupon valido per 3 misurazioni a scelta (Colesterolo totale, Trigliceridi, Glicemia) oppure per 1 misurazione del Profilo lipidico (Colesterolo totale, HDL, LDL, Trigliceridi), 1 Coupon sconto 20% su un qualsiasi prodotto Apoteca Natura;
- **Strumenti per presa in carico della persona:** test benessere cardiovascolare da precompilare con consulto del Farmacista e Mini Memo, pratico promemoria per annotare i valori di salute e i consigli del Farmacista;
- **Strumenti informativi per la prevenzione:** opuscolo “Al cuore della prevenzione” con informazioni e consigli utili per la salute cardiovascolare e una pratica guida ai servizi digitali per accompagnare la persona nel suo percorso di salute cardiovascolare.







Obiettivi 2022 per la seconda finalità di Beneficio Comune:

Prevenzione ed educazione per una salute consapevole

Campagne di prevenzione e sensibilizzazione dedicate alle principali esigenze di salute

Nello specifico, promozione di campagne legate a vie respiratorie, salute femminile, campagna per la prevenzione cardiometabolica, estate in sicurezza per viaggiatori, ritorno alla routine post-vacanze, igiene e qualità del sonno.

Strumenti, attività e servizi per aiutare la comunità

Ordina Prodotti, App MyApotecaNatura, Blog Benefit, Protocollo Farmacia Protetta, Agenda Servizi.

Percorsi 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.

Donazione per Emergenza in Ucraina

Per rispondere alla crisi umanitaria in Ucraina organizzeremo, con Fondazione Francesca Rava e Farmasolidaria, una campagna di raccolta fondi nelle Farmacie Apoteca Natura italiane e spagnole. L'obiettivo è raccogliere donazioni per poter acquistare ecografi, eco-doppler e altre strumentazioni mediche destinate a ospedali pediatrici ucraini distrutti dai bombardamenti.

Promozione e formazione su nuovi 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.

Diffusione Box Salute Prevenzione e Monitoraggio Cardiovascolare

Sarà proposto nel mese di aprile e maggio durante la Campagna di prevenzione cardiometabolica e conterrà test di prevenzione, misurazioni specifiche, informazioni e consigli utili per salute cardiovascolare.

Sensibilizzazione sulla salute della Donna e dell'Uomo, nell'ambito della Medicina di genere

Erogheremo contenuti utili per la salute e il benessere femminile e maschile, grazie anche a figure di primo piano del mondo dello spettacolo e della scienza.

Direzione "Greener Pharmacy"

Percorsi di salute "greener": attività di formazione per favorire una scelta verde e sostenibile di assortimenti e di consiglio di prodotti attraverso webinar in diretta e on demand e corsi residenziali. L'obiettivo è consigliare sempre più prodotti che rispettino la salute della persona e anche l'ambiente, dotando la rete di una guida e un supporto per contribuire il più possibile a salvaguardare il nostro pianeta, rendendolo più sano.

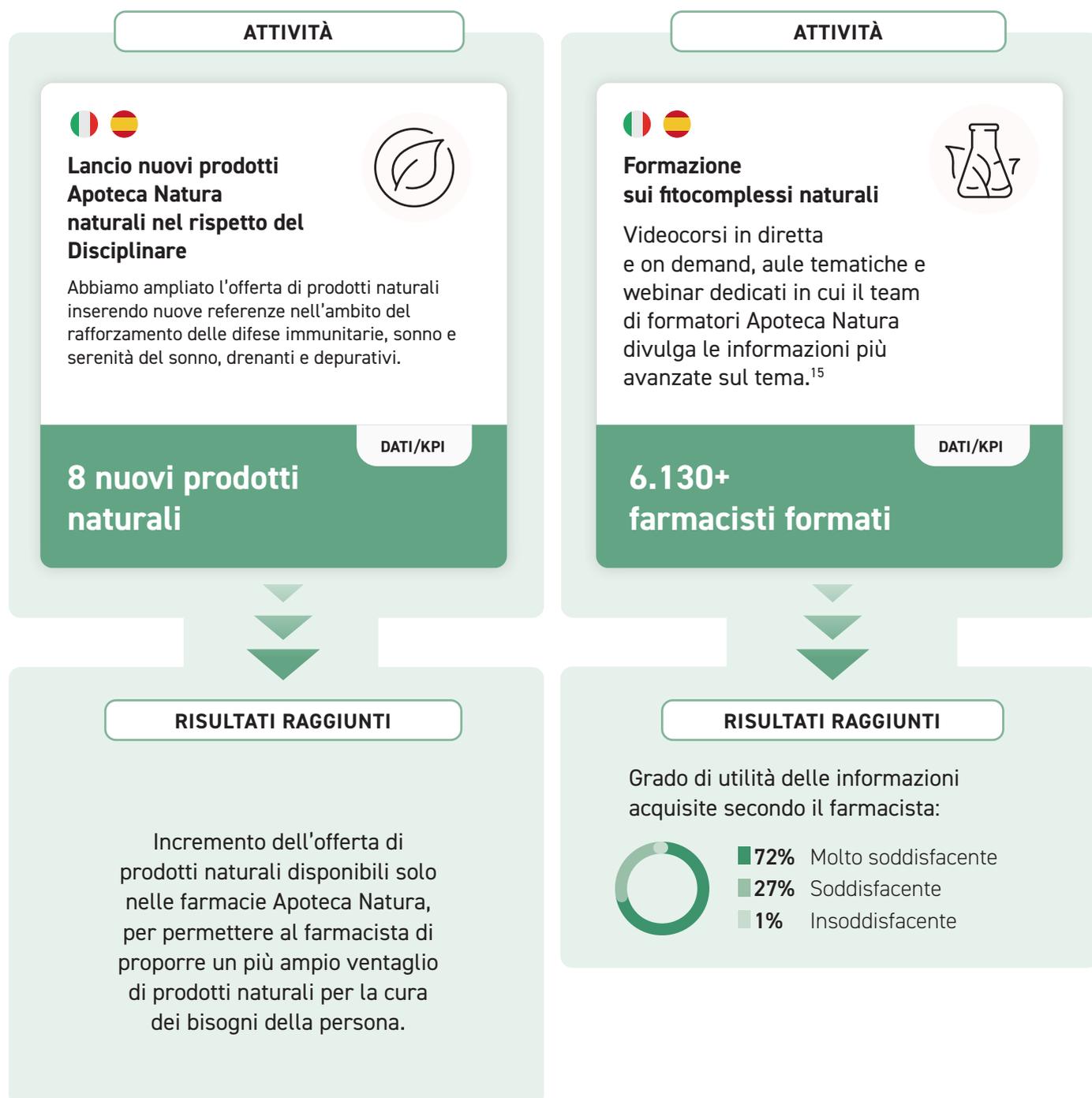


Terza finalità di Beneficio Comune:



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 attività di formazione rivolte al personale delle farmacie del network e 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.



¹⁵ 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

182 farmacie aderenti a MyCard in Italia
23 farmacie aderenti a MyCard in Spagna
9 campagne in Italia e **8** in Spagna
50.000.000 punti erogati ai clienti delle farmacie italiane
245.000 MyCard attivate in Italia,
5.270 MyCard attivate in Spagna

RISULTATI RAGGIUNTI

Indicatori di adesione alle promozioni (efficacia):

- **21.630.000 punti utilizzati**
- **80.000 persone** hanno effettuato almeno 1 acquisto di prodotti naturali
- **260.000+ prodotti naturali venduti** passanti da MyCard

ATTIVITÀ



Sistema di sorveglianza post commercializzazione



Apoteca Natura propone questa iniziativa in partnership con Aboca, azienda fabricante di Cura della Tosse, per realizzare una raccolta di informazioni al fine di un continuo miglioramento. Iniziativa finalizzata a promuovere la raccolta di informazioni nell'ambito del sistema di sorveglianza post commercializzazione in base alla normativa vigente sui dispositivi medici. La raccolta di tali informazioni avviene secondo standard internazionali e con la collaborazione scientifica del Dipartimento di Scienze Biomediche, Chirurgiche ed Odontoiatriche dell'Università degli Studi di Milano.

DATI/KPI

1 collaborazione con Dipartimento Universitario
 Circa **12 mesi** dedicati allo sviluppo

RISULTATI RAGGIUNTI

Potenziamento del monitoraggio in merito alla qualità e alla sicurezza dei prodotti attraverso la raccolta spontanea di informazioni sull'esperienza d'uso dei Dispositivi Medici.

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.

Il Disciplinare Apoteca Natura **nel corso del 2021 è stato revisionato e aggiornato** per continuare a garantire l'allineamento del network e il mantenimento della promessa della Farmacia Apoteca Natura "La risposta naturale per una salute consapevole".

I prodotti pongono **particolare attenzione al rapporto Uomo - Ambiente - Salute**. Apoteca Natura promuove un concetto di salute più ampio e completo basato su stili di vita responsabili verso l'ambiente, che influisce in modo importante sul nostro stato di salute.



Obiettivi 2022 per la terza finalità di Beneficio Comune:

Valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci

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:

Valore alle persone

ATTIVITÀ

BENEFIT OFFERTI DALL'AZIENDA



Apoteca Natura offre ai propri dipendenti una serie di **convenzioni per acquisti di servizi e beni presso esercenti o aziende del territorio**. Inoltre, l'azienda offre servizi a libera adesione: le **assicurazioni sanitarie integrative** per i dipendenti ed i propri familiari ¹⁶ i cui costi sono coperti per l'80% da Apoteca Natura, il **fondo pensione complementare**. Nel 2021, inoltre, abbiamo stipulato un'ulteriore assicurazione sanitaria a copertura di eventuali **ricoveri o periodi di quarantena dovuti alla pandemia**, costo interamente coperto dall'azienda. Abbiamo continuato ad offrire il servizio **mensa con prodotti biologici**.

DATI/KPI

OLTRE 80 CONVENZIONI con esercizi commerciali.

Il 100% dei dipendenti ha aderito ad almeno un servizio previdenziale integrativo tra quelli sanitari o pensionistici.

OLTRE 1.500 PASTI EROGATI tramite la mensa aziendale.

ATTIVITÀ

PREMI AZIENDALI



L'azienda, in quanto parte di una filiera farmaceutica è **sempre rimasta attiva nel corso del 2020 e del 2021**. Tutto il personale ha reagito prontamente alla nuova quotidianità, spesso **reinventando il proprio modo di lavorare** per adattarsi alle misure di sicurezza necessarie. Per gratificare lo sforzo prodotto da tutti, **Apoteca Natura ha riconosciuto premi di produzione** in correlazione agli obiettivi generali dell'azienda¹⁷, premi individuali riguardanti obiettivi specifici e varie tipologie di premi straordinari.

DATI/KPI

OLTRE 71.000 € complessivamente erogati, alle persone che lavorano con noi.

ATTIVITÀ

SMART WORKING



Il ricorso al lavoro a distanza non ha rappresentato una difficoltà per l'azienda in quanto era stato **avviato un percorso di digitalizzazione del lavoro prima della pandemia**.

Per questo motivo, c'è stata una buona ricettività da parte di tutti coloro che hanno usufruito di questa modalità di lavoro, ricevendo tutta l'assistenza necessaria in caso di bisogno. Per facilitare l'utilizzo dei supporti informatici per chiamate e riunioni quotidiane è stata creata la **"Palestra Teams"**, una serie di **incontri aperti a tutti i dipendenti**, durante i quali i nostri servizi informativi hanno risposto a domande e dubbi sul funzionamento della piattaforma aziendale.

DATI/KPI

51 dipendenti
46.440+ ore
di smart working

RISULTATI RAGGIUNTI

Il ricambio del personale è espresso attraverso l'indice del turnover. Il **turnover di Apoteca Natura nel 2021 è pari allo 0%** rispetto all'anno precedente. Il tasso di turnover, insieme a quello di **assenteismo medio dello 0,8%**, sono indici della capacità di creare un **ambiente di lavoro positivo** che caratterizza

¹⁶ Attraverso il fondo EST per gli impiegati e qu.a.s. per i quadri.

¹⁷ Premi erogati a giugno 2021 per gli obiettivi raggiunti nel 2020, premi individuali riguardanti obiettivi specifici e varie tipologie di premi straordinari.

ATTIVITÀ

INIZIATIVE PER
IL PERSONALE

L'azienda è riuscita ad organizzare diverse attività per coinvolgere il personale e **mantenere il più possibile la coesione interna che è sempre stata una delle caratteristiche distintive di Apoteca Natura.**

Si è svolto, purtroppo solo online per il secondo anno consecutivo il tradizionale incontro per i saluti di fine anno, con la partecipazione delle filiali estere e anche di collaboratori esterni all'azienda.

Inoltre sono stati organizzati due incontri sempre virtuali dal titolo "I bisogni di salute in era Covid" per combattere la disinformazione grazie all'aiuto di personale interno ed esterno altamente qualificato in virtù di specializzazioni in virologia e microbiologia.

DATI/KPI

3 INCONTRI AZIENDALI CONDIVISI
CON I COLLEGGI DI ABOCA

- 1 plenario con la partecipazione di oltre 600 persone
- 2 di approfondimento sulle tematiche legate al COVID-19 con oltre 500 partecipanti

ATTIVITÀ

FORMAZIONE



Apoteca Natura crede che un **requisito essenziale** per l'evoluzione qualitativa dell'azienda sia una **crescita professionale costante dei propri dipendenti.**

Grazie ai supporti informatici introdotti, Apoteca Natura è stata in grado di **assicurare i percorsi di formazione necessari a sostenere lo sviluppo professionale delle persone** nonostante il sopraggiungere della pandemia, sperimentando nuove modalità di coinvolgimento a seconda delle esigenze specifiche riscontrate.¹⁸

DATI/KPI

51 PERSONE FORMATE
tasso di copertura del 100%OLTRE 20 ATTIVITÀ
PIÙ DI 350 ORE DI FORMAZIONE

RISULTATI RAGGIUNTI

l'ecosistema Apoteca Natura. Alla base di questo risultato si collocano l'attenzione al percorso di crescita dei dipendenti, la cura dell'azienda nel mettere ciascuno nelle migliori condizioni di lavoro, oltre alle numerose attività e servizi messi a disposizione dei collaboratori.

¹⁸ I dati sono riferiti a formazione sotto forma di corsi on the job, su competenze trasversali, di specializzazione interna o esterna e percorsi accademici sovvenzionati dall'azienda.



Quarta finalità di Beneficio Comune:

Valore alle persone

ATTIVITÀ

SISTEMA DI DEVELOPMENT MANAGEMENT



Per assicurare una gestione delle persone in un'ottica di **miglioramento e di sviluppo funzionale sia al sistema azienda che all'individuo**, è stato lanciato il sistema di Development Management: un **processo continuativo di valutazione e sviluppo delle competenze** per arricchire, tramite percorsi mirati, l'esperienza professionale delle persone.

Numeri/KPI

OLTRE 50 PERSONE COINVOLTE nel sistema di Development Management tra Impiegati, Quadri e Dirigenti.

RISULTATI RAGGIUNTI

Nuovo sistema accolto positivamente dai dipendenti coinvolti:

- Completamento valutazioni: 100%
- Colloqui di feedback confermati: 100%
- Livello di utilità percepito: 4,7/5
- Percezione di miglioramento delle conoscenze-competenze: 4,3/5
- Grado di soddisfazione del corso: 4,7/5

ATTIVITÀ

ASSUNZIONI E PROMOZIONI



Nonostante la situazione di incertezza che ha caratterizzato il 2021 e che accompagnerà anche il 2022, l'azienda ha continuato ad aprire posizioni lavorative per sostenere la propria espansione. Parallelamente Apoteca Natura ha continuato a promuovere la crescita interna delle figure.

DATI/KPI

5 ASSUNZIONI TRA ITALIA E SPAGNA.

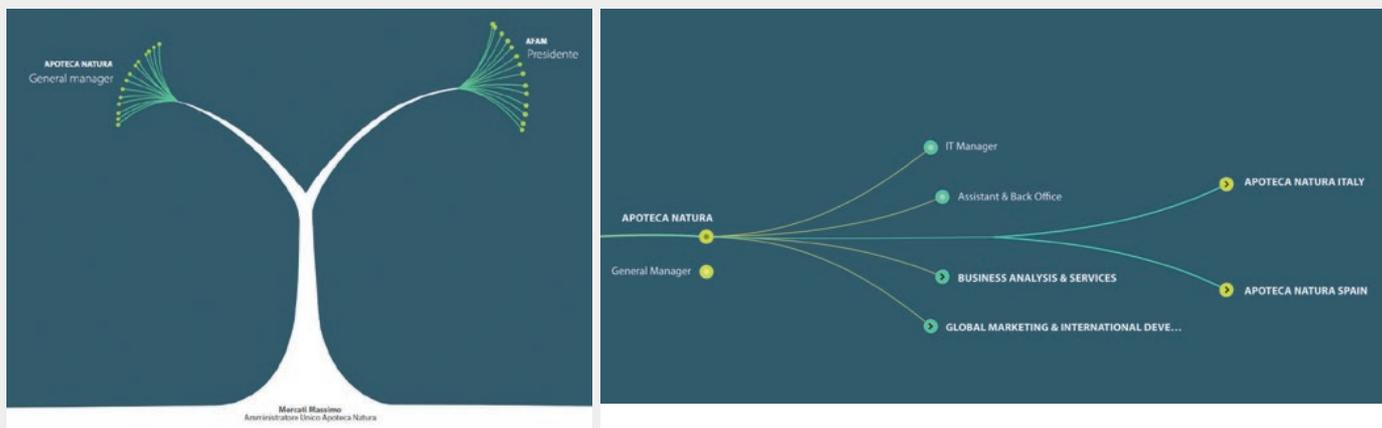
4 RAPPORTI DI LAVORO CESSATI TRA ITALIA E SPAGNA.

9 PERSONE HANNO RICEVUTO PROMOZIONI INTERNE.

RISULTATI RAGGIUNTI

Crescita di organico: +2%
Tasso di promozione interna: 17,6%

Il nuovo organigramma aziendale ad “Albero”: un’inversione di paradigma



In natura tutti gli organismi viventi sono strutturati a rete. Ad esempio, la cellula è una rete di molecole e l'organismo è un rete di cellule. La rete è quindi lo schema di base in cui si auto-organizza la complessità ed è caratterizzata da una costante trasformazione che tuttavia non ne pregiudica l'identità.

Il suo confine è definito da ciò che interfaccia la rete stessa con il resto dell'ambiente.

L'azienda, allo stesso modo, è una rete sociale, in quanto produce e sostiene un confine culturale che caratterizza i comportamenti di tutti i membri dell'organizzazione.

Esiste pertanto un parallelismo fra sistemi naturali e sistemi sociali che fa della complessità della natura una risorsa imprescindibile per comprendere il funzionamento di un'organizzazione sociale.

In Apoteca Natura **la condivisione di radicati e semplici valori** (coerenza, umiltà e lavoro) da un lato ci rende consapevoli del fondamentale significato del lavoro di ciascuno per contribuire alla creazione di valore condiviso e dall'altro guida l'intera organizzazione. Come qualsiasi sistema vivente l'impresa non può affidarsi alla logica del comando per ottenere un risultato, ma deve limitarsi a creare le condizioni per orientare il sistema stesso verso il raggiungimento dell'obiettivo, monitorandone costantemente il processo.

“Le gerarchie sono funzionali, statutarie, ma tutti, che si trovino alla base o in alto sulla piramide, sono al servizio di un ordine che è il fine ultimo” (Frédéric Gros, Disobbedire, Einaudi, 2019) e proprio per questo coloro che occupano le posizioni superiori sono al servizio del bene generale e di quello dei subordinati.

Alla luce di queste considerazioni, abbiamo compreso che la **rappresentazione della nostra organizzazione** con un organigramma per funzioni con le classiche posizioni gerarchiche doveva essere rivista, anzi **ribaltata**.

Prendendo spunto dalla natura **abbiamo rappresentato la nostra organizzazione come un “albero”**, un organismo interconnesso con l'ambiente in cui vive, che per esistere ha bisogno del contributo di ogni singolo elemento: **le radici poste alla base**, rappresentate dal CdA e dal CEO, forniscono nutrimento e **supporto ai rami e alle foglie** che si sviluppano al di sopra di esse tramite un complesso sistema di relazioni.

Il nuovo organigramma è stato presentato a tutti i dipendenti durante l'incontro plenario di fine anno ed è consultabile all'interno della intranet aziendale. A breve sarà disponibile anche in versione smartphone nella App “Siamo Aboca” e sarà corredato dalle foto di tutti i dipendenti.



Obiettivi 2022 per la quarta finalità di Beneficio Comune:

Valore alle persone

Sistema di development management

Dopo il secondo anno di utilizzo, tratteremo un bilancio sulla base dei risultati del sistema di sviluppo del personale in termini di feedback forniti dai dipendenti.

Formazione dipendenti

Promozione di attività di formazione continua estesa a tutti i livelli per mantenere un tasso di copertura pari almeno all'80% dei dipendenti.

Iniziative ed eventi

Nonostante l'incertezza sugli sviluppi futuri delle modalità di lavoro da casa o in ufficio, ci impegneremo affinché rimanga intatta la coesione con attività di coinvolgimento online e, se sarà possibile, in presenza.

Convenzioni

Espansione dell'offerta di convenzioni aziendali.



L'espansione del network in Portogallo: Aponatura Portugal

Nel corso del 2019 è stata fondata Aponatura Portugal Lda, nata da una partnership tra Apoteca Natura, Phytoderm distributore esclusivo dei prodotti Aboca per il Portogallo e ANF - Associação Nacional das Farmácias, associazione nazionale dei farmacisti del Portogallo. Le tre organizzazioni detengono rispettivamente il 30%, 10% e 60% della proprietà complessiva di Aponatura Portugal: la partnership consente di ampliare con maggiore forza il network Apoteca Natura anche in Portogallo, diffondendo il modello innovativo di farmacia basato sul concetto di salute consapevole grazie alla presenza sul territorio dei partner distributivi.

Aponatura Portugal, in quanto società partecipata al 30%, non rientra all'interno del perimetro di valutazione preso in considerazione da questa Relazione di Impatto. Abbiamo comunque considerato importante dare trasparenza del significativo apporto che l'azienda fornisce allo sviluppo internazionale del network, proponendo attività sviluppate a livello centrale: le attività promosse in Portogallo sono frutto del know how e dell'esperienza maturata nell'attività più che ventennale di Apoteca Natura, oltre che della forte proattività di Phytoderm e della disponibilità di ANF. Di seguito presentiamo gli elementi salienti.

FATTURATO APONATURA PORTUGAL:



2021: **219.300 €**

+32%

rispetto al 2020

NUMERO FARMACIE DELLA RETE:



2021: **95**

+20%

rispetto al 2020

900+

farmacisti
tra titolari e
collaboratori

11.100+ ore di formazione, corrispondenti ad altrettanti crediti raggiunti dai farmacisti, erogate tra 2020 e 2021. Nel 2021 sono state coinvolte **91 farmacie** e **460 farmacisti** nelle seguenti attività di formazione:

- **Start-up training** (2 per farmacia - in presenza e online)
- **Flash Class** (mensilmente - online)
- **Network Meeting** (uno all'anno - online)
- **CAF** (uno all'anno - online)
- **Curso Evolução** (due sessioni all'anno - online)

NUMERO VISITE NELLE FARMACIE DA PARTE DI APOTECA NATURA:



2021: **2.000 +**

+32%

rispetto al 2020

N° TEST DI PREVENZIONE EFFETTUATI



2021: **5.500+ test**

+276%

rispetto al 2020

7 CAMPAGNE DI PREVENZIONE PROMOSSE IN PORTOGALLO:



“A saúde das vias respiratórias”

(gennaio – febbraio)



“A felicidade é saúde”

(luglio)



“Colha a flor de cada idade”

(marzo)



“Durma bem acenda a sua vida”

(settembre)



“Cuidamos de si de coração”

(maggio)



“Estômago e Intestino o centro da sua saúde”

(novembre)



“O ambiente é saúde”

(giugno)

11 PROTOCOLLI DI CONSIGLIO PROMOSSI:

- “Dor de garganta”
- “Dor de Estômago”
- “Colesterol”
- “Distúrbios Hemorroidários”
- “IBS – Síndrome do Intestino Irritável”
- “Congestão Nasal”
- “Tosse”
- “Controlo de Peso”
- “Trânsito Intestinal”
- “Diarreia”
- “Transtornos do Sono”

Tabelle di raccordo tra obiettivi e risultati 2021

In chiusura della nostra Relazione di Impatto, abbiamo scelto di pubblicare una tabella di sintesi per mettere a confronto gli obiettivi che ci eravamo dati a fine 2020 e i risultati raggiunti nel corso del 2021. Tutto questo per rendere ancora più trasparente e chiaro il nostro resoconto. L'ordine di presentazione degli obiettivi per il 2021 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. In diversi ambiti, 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, utilizzando un formato online.

Prima finalità specifica di beneficio comune:



Moltiplicazione dell'impatto positivo e promozione del modello benefit

Obiettivi per il 2021	Risultati 2021	Note
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.	Abbiamo rinominato il Blog "Stai Benefit" e abbiamo pubblicato 16 nuovi articoli nel corso dell'anno.	 Raggiunto
	Health & Loyalty System, un unico Sistema che include tutti gli aspetti relativi alla salute: referti diagnostici, terapie, prevenzione e stili di vita, per rendere concreta la promessa di Salute Consapevole.	Elemento aggiuntivo rispetto agli obiettivi che ci eravamo dati nella scorsa relazione, ma utile a descrivere l'impegno dell'azienda.
Evento di coinvolgimento di tutte le farmacie per diffondere la consapevolezza sul tema Benefit	Verso l'Ecologia della Salute: 990+ partecipanti tra farmacisti e altri soggetti che si sono connessi all'evento online.	 Raggiunto

Obiettivi per il 2021	Risultati 2021	Note
Assemblee online e sul territorio con la partecipazione delle farmacie con focus su tematiche benefit.	210+ Assemblee, 6.130+ farmacisti partecipanti 167 assemblee in Italia e 46 in Spagna.	 Raggiunto
Consulenza del personale Apoteca Natura in farmacia per promuovere il Modello Benefit attraverso almeno 1 visita annuale dei Key Account Manager	2.800+ visite fisiche o online	 Raggiunto
Sezione online dedicata al Modello Benefit mantenimento e sviluppo	1 Sezione online specifica mantenuta	 Raggiunto
	Pubblicazione news e invio newsletter a tutta la rete per stimolare riflessioni e sensibilizzare le persone riguardo ai temi dello sviluppo sostenibile delle imprese.	Attività aggiuntiva rispetto agli obiettivi che ci eravamo dati nella scorsa relazione.
Campagna di solidarietà "Dynamo Camp 2021"	Campagna di solidarietà a Natale 2021 in collaborazione con Fondazione Rava, alla quale hanno partecipato 190 farmacie Apoteca Natura e sociali in tutta Italia. Al termine della campagna sono stati raccolti e donati a 131 enti beneficiari: - 6.429 prodotti; - Una donazione centrale di € 5.000,00.	Attività sostitutiva, ma affine al progetto che era stato inserito negli obiettivi. Raggiunto
Promozione dell'attività "Aria pulita per tutti" dedicata all'inquinamento indoor: 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.	Inquinamento indoor - come ridurlo con piante depurative. Realizzazione di una Brochure con distribuzione gratuita nelle farmacie.	 Raggiunto
Sostegno ad "Adotta una Pianta 2021"	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 donato 50 alberi alla comunità.	 Raggiunto
Video pillole dedicate al movimento	Video consigli movimento per il Benessere, consigli con esercizi a corpo libero abbinati ad una corretta respirazione: - 6 video in Italia - 3 video in Spagna	 Raggiunto
Passeggiate tra salute e ambiente	Sospeso	Impossibile rispettare l'impegno a causa di annullamenti dovuti all'emergenza COVID-19
Roll-out Modello Benefit in Spagna da settembre 2021	Sospeso	Impossibile rispettare l'impegno a causa di annullamenti dovuti all'emergenza COVID-19

Seconda finalità specifica di beneficio comune:



Prevenzione ed educazione per una salute consapevole

Obiettivi per il 2021	Risultati 2021	Note
Campagne di prevenzione e sensibilizzazione dedicate alle principali esigenze di salute.	Campagne di prevenzione, sensibilizzazione e informazione continuativa: in totale 11 campagne promosse 10.570+ test di prevenzione effettuati di cui 5.280 cardiovascolari.	 Raggiunto
Promozione e formazione per nuovi PCE (Protocolli Consiglio Esigenza)	14 nuovi PCE (7 in Italia e 7 in Spagna) 3 PCE aggiornati.	 Raggiunto
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.	Oltre 6.100 farmacisti grazie alle attività proposte. Oltre 142.000 crediti formativi erogati tra Italia e Spagna.	 Raggiunto
Diffusione di strumenti, attività e servizi per aiutare la comunità durante la pandemia: Ordina Prodotti, App MyApotecaNatura, Blog Benefit, Protocollo Farmacia Protetta, donazione ad enti benefici.	Abbiamo continuato anche nel 2021 a pubblicare Newsletter, notizie e comunicazioni ad hoc attraverso app gratuita MyApotecaNatura, Blog "Stai Benefit" e sito.	 Raggiunto

Obiettivi per il 2021	Risultati 2021	Note
	<p>Diffusione del consiglio dei Farmacisti alla persona tramite video pillole sponsorizzate centralmente.</p> <p>Video pillole: 8</p> <p>Visualizzazioni totali: 453.500 +</p> <p>Impression: 777.700 +</p>	<p>Attività aggiuntiva rispetto agli obiettivi che ci eravamo dati nella scorsa relazione.</p>
	<p>Diffusione "Ordina Prodotti"</p> <p>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. 270 farmacie attive.</p>	<p>Attività aggiuntiva rispetto agli obiettivi che ci eravamo dati nella scorsa relazione.</p>
	<p>Guida Alimentare per il miglioramento della consapevolezza rispetto alle buone abitudini alimentari nelle persone con potenziali effetti positivi sulla loro salute:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 70.000+ alimenti - 6 esigenze di salute - 54 menu - 8 indici di equilibrio - 8.740+ guide avviate dagli utenti 	<p>Attività aggiuntiva rispetto agli obiettivi che ci eravamo dati nella scorsa relazione.</p>

Terza finalità specifica di beneficio comune



Valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci

Obiettivi per il 2021	Risultati 2021	Note
Lancio di nuovi prodotti 100% naturali a marchio Apoteca Natura	8 nuovi prodotti naturali lanciati	 Raggiunto
Formazione dei farmacisti sui temi dei complessi molecolari naturali tramite videocorsi in diretta e on demand, aule tematiche e webinar.	6.130+ farmacisti formati sui temi dei complessi molecolari naturali.	 Raggiunto
Campagne di promozione dei prodotti naturali attraverso il circuito di Carta Fedeltà MyCard	Campagne di sensibilizzazione e promozione di prodotti naturali 2021: -182 farmacie aderenti a MyCard in Italia e 23 in Spagna; -9 campagne di promozione con 178 farmacie aderenti in Italia e 8 campagne in Spagna; -50.000.000 punti erogati ai clienti delle farmacie italiane; -245.000 MyCard attivate in Italia, 5.270 MyCard attivate in Spagna.	 Raggiunto
Espositori a disposizione di tutte le farmacie: due espositori dedicati esclusivamente al prodotto naturale, in modo da diffondere la cultura della naturalità.	Espositori regolarmente messi a disposizione delle farmacie Apoteca Natura.	 Raggiunto

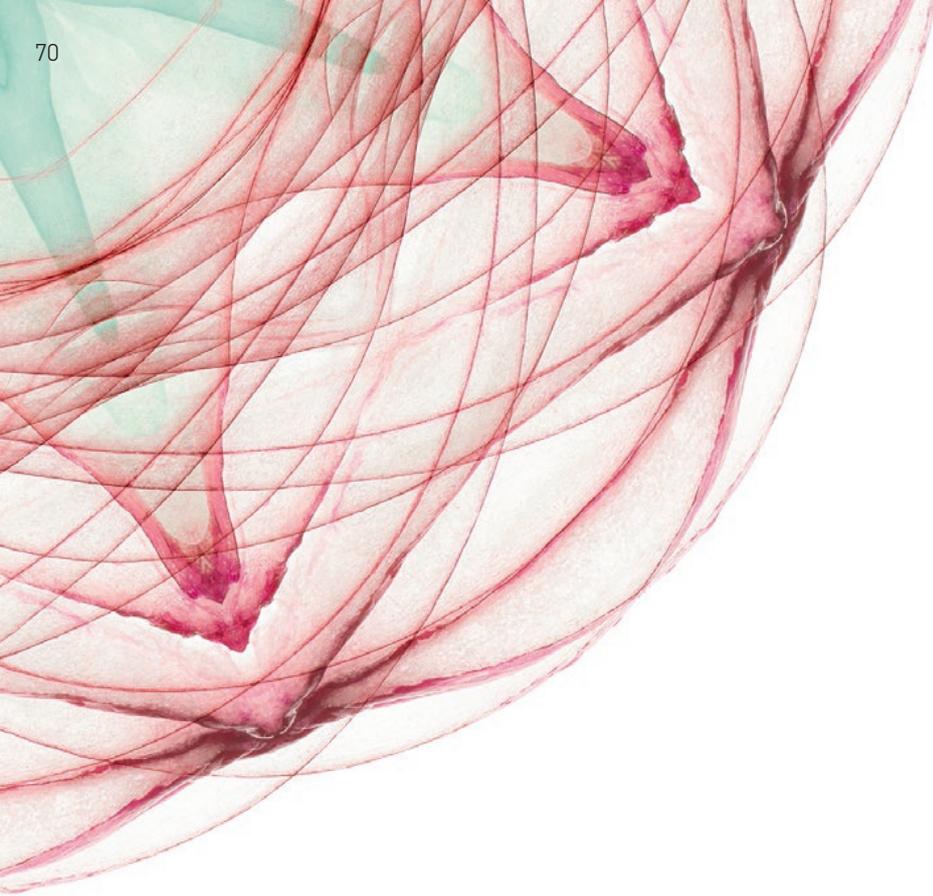
Quarta finalità specifica di beneficio comune



Valore alle persone

Obiettivi per il 2021	Risultati 2021	Note
	Benefit offerti dall'azienda: - Oltre 70 convenzioni con esercizi commerciali - Il 100% dei dipendenti ha aderito ad almeno un servizio previdenziale integrativo tra quelli sanitari o pensionistici. - Oltre 1.500 pasti erogati tramite la mensa aziendale.	Trattandosi di una finalità aggiunta quest'anno, tutti i risultati non fanno riferimento ad un obiettivo specifico dell'anno precedente.
	Premi aziendali: oltre 71.000€ complessivamente erogati alle persone che lavorano con noi.	Trattandosi di una finalità aggiunta quest'anno, tutti i risultati non fanno riferimento ad un obiettivo specifico dell'anno precedente.
	Smart Working: 51 dipendenti interessati per 46.440+ ORE di smart working	Trattandosi di una finalità aggiunta quest'anno, tutti i risultati non fanno riferimento ad un obiettivo specifico dell'anno precedente.
	Iniziative per il personale. 3 Incontri aziendali condivisi con i colleghi di Aboca: - 1 plenario con la partecipazione di oltre 600 persone; - 2 di approfondimento sulle tematiche legate al COVID-19 con oltre 500 partecipanti.	Trattandosi di una finalità aggiunta quest'anno, tutti i risultati non fanno riferimento ad un obiettivo specifico dell'anno precedente.
	Formazione: - 51 Persone formate tasso di copertura del 100% - Oltre 20 attività - Più di 350 ore di formazione	Trattandosi di una finalità aggiunta quest'anno, tutti i risultati non fanno riferimento ad un obiettivo specifico dell'anno precedente.

Obiettivi per il 2021	Risultati 2021	Note
	<p>Sistema di Development Management. Oltre 50 persone coinvolte tra Impiegati, Quadri, Dirigenti.</p>	<p>Trattandosi di una finalità aggiunta quest'anno, tutti i risultati non fanno riferimento ad un obiettivo specifico dell'anno precedente.</p>
	<p>Assunzioni e promozioni:</p> <ul style="list-style-type: none">- 5 assunzioni tra Italia e Spagna;- 4 rapporti di lavoro cessati tra Italia e Spagna;- 9 persone hanno ricevuto promozioni interne.	<p>Trattandosi di una finalità aggiunta quest'anno, tutti i risultati non fanno riferimento ad un obiettivo specifico dell'anno precedente.</p>



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 Natura, 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

All'interno dell'azienda sono identificate delle persone responsabili del perseguimento delle attività relative alle finalità specifiche di beneficio comune dello statuto, al fine di collaborare alla definizione dei contenuti.

4 Stesura della Relazione

In conformità ai requisiti di legge sulle Società Benefit, la relazione viene redatta tenendo conto degli aggiornamenti 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, ogni ufficio interno lavora in coordinamento con la funzione Impact & Sustainability per realizzare un prodotto che si presti a differenti livelli di letture.

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



FARMACIE
APOTECA
NATURA

Per una salute consapevole

RELAZIONE DI IMPATTO 2021

Farmacie Apoteca Natura
Società Benefit

