



FARMACIE  
**APOTECA  
NATURA**

Per una salute consapevole

Apoteca Natura  
Società Benefit



RELAZIONE DI  
IMPATTO  
Anno UNO



Aprile 2020

*“Cerchiamo nella Natura risposte ai bisogni legati alla salute dell'uomo, considerando la sua complessità e ricchezza come risorse imprescindibili per l'innovazione e lo sviluppo della Medicina. Trasferiamo la stessa filosofia a tutti i nostri prodotti, secondo una visione che ritiene Uomo e Natura come elementi profondamente interdipendenti di un unico insieme.*

*In questo senso, anche l'impresa diventa un sistema vivente e si fa creatrice di valore. La sua funzione non si esaurisce nella sola realizzazione del profitto, ma essa impatta sull'ambiente e sulla società.*

*Quello che promuoviamo, allora, è un nuovo modello di sviluppo, secondo il quale l'uomo è parte integrante, e non padrone, della Natura. Solo così, auspichiamo di cogliere la grande opportunità di ridare senso al lavoro e all'esistenza.”*

Massimo Mercati, Amministratore Unico Apoteca Natura

<b>Introduzione</b>	3
<b>1. Chi siamo</b>	4
<b>2. Cosa sono le Società Benefit</b>	5
<b>3. Le finalità di beneficio comune di Apoteca Natura</b>	6
<b>3.1 La prima finalità specifica di beneficio comune: promozione del Modello Benefit</b>	8
Storia di impatto - I primi frutti del Modello Benefit	8
Rendicontazione rispetto agli impegni 2019	10
Impegni target per il 2020	12
<b>3.2 La seconda finalità specifica di beneficio comune: prevenzione ed educazione per una salute consapevole</b>	13
Storia di Impatto - Il blog “Siamo Benefit” per educare alla consapevolezza	13
Rendicontazione rispetto agli impegni 2019	14
Impegni target per il 2020	18
<b>3.3 La terza finalità specifica di beneficio comune: valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci</b>	20
Storia di impatto - Un prodotto 100% naturale per la salute del riposo	20
Rendicontazione rispetto agli impegni 2019	21
Impegni target per il 2020	23
<b>3.4 La quarta finalità specifica di beneficio comune: moltiplicazione dell’impatto positivo</b>	24
Storia di impatto - Passeggiare per stare bene: il network Apoteca fa squadra contro la sedentarietà	24
Rendicontazione rispetto agli impegni 2019	26
Impegni target per il 2020	28
<b>4. Responsabilità, sostenibilità, trasparenza</b>	30
<b>5. Relazione di impatto</b>	32
<b>GLOSSARIO DEI TERMINI CHIAVE</b>	33

## Introduzione

Apoteca Natura è una rete di farmacie che condividono una funzione e una responsabilità economico-sociale. Con il termine responsabilità intendiamo non solo il senso di dovere che deriva dal nostro ruolo, ma anche un'attitudine spontanea a prendersi cura delle persone e della loro salute.

Ciò è particolarmente vero in situazioni di emergenza come quella che stiamo vivendo in questi giorni a causa della pandemia del virus COVID-19 e che impone a tutti noi di ridefinire le modalità con cui possiamo contribuire al bene comune.

In questo stato di emergenza, il farmacista diventa una figura di riferimento ed è chiamato ad intervenire in prima linea, insieme a medici ed infermieri, per garantire assistenza alle persone il cui stato di salute è messo a rischio, oltre che per veicolare le giuste informazioni e guidare comportamenti corretti in tutta la popolazione.

In Apoteca Natura crediamo in questi valori, che trovano esplicitazione nel nostro Modello Benefit, secondo cui la Farmacia è un presidio socio sanitario con la vocazione di generare un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

La stessa visione è alla base del movimento delle Benefit Corporation, che Apoteca Natura ha adottato come modello di riferimento, compiendo la trasformazione in Società Benefit e ottenendo la certificazione B Corp, nel 2019.

Diffondendo e condividendo tale sistema valoriale all'interno del Network, auspichiamo di moltiplicare il nostro impatto di professionisti della salute, per il benessere delle comunità.

### **Gianluca Strata, Direttore Generale di Apoteca Natura**

***N.B.** La presente Relazione di Impatto descrive le attività svolte dal network Apoteca Natura nel 2019, in ottemperanza agli obiettivi da noi prefissati lo scorso anno e ne individua di nuovi per l'anno 2020. Tuttavia, a causa della situazione di emergenza COVID 19 che stiamo vivendo a livello globale e, in forma ancor più grave, nel territorio italiano, ci impediscono di prevedere l'evolversi della situazione e quanto delle attività preventivate riusciremo effettivamente a portare a termine. Nella piena trasparenza di tale informazione, rinnoviamo, comunque, il nostro massimo impegno ad avanzare secondo le direzioni di seguito esplicitate.*

# 1. Chi siamo

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

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

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

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

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

Apoteca Natura si è fatta promotrice del Modello Benefit con le farmacie del proprio network per propagare in modo moltiplicativo l'impatto positivo. Nel corso del 2019, sono state attivate più di 100 farmacie indipendenti per l'adozione del modello e l'obiettivo a tendere è quello di coinvolgere la totalità della rete. Per i dettagli si veda il capitolo 3.

## 2. Cosa sono le Società Benefit

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

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

Le Società Benefit (SB) hanno due caratteristiche fondamentali:

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

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

Le Società Benefit sono tenute a redigere ogni anno una relazione d'impatto che delinei i progressi rispetto agli obiettivi specifici inclusi nello statuto e comunichi i target per il nuovo anno. Questo documento costituisce la seconda relazione di impatto di Apoteca Natura che delinea gli impegni per il 2020 per il raggiungimento di ciascuna delle finalità specifiche di beneficio comune adottate e rendiconta il progresso rispetto agli impegni presi nel 2019.

In funzione della apertura della sede secondaria in Spagna realizzata nel corso del 2019 la presente relazione ha un perimetro di riferimento che ricomprende anche le attività svolte da questa realtà ed anche ad essa fanno riferimento gli impegni assunti per il 2020.

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

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

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

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

[...]

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

1. La promozione dell'evoluzione del sistema Farmacia secondo un'ottica centrata sulla persona e sul ruolo dell'azienda per produrre un impatto positivo. Come primo network mondiale di Farmacie aderenti al Modello Benefit, questo comprenderà la diffusione e la facilitazione all'adozione del paradigma Benefit di duplice finalità, profitto e beneficio comune agli affiliati della rete (PROMOZIONE DEL MODELLO BENEFIT).
2. La promozione di percorsi di salute consapevole per le persone attraverso attività di educazione e prevenzione. Questo potrà comprendere servizi di autodiagnosi e attività di miglioramento degli stili di vita con considerazione allargata dei fattori ambientali e sociali (PREVENZIONE ED EDUCAZIONE PER UNA SALUTE CONSAPEVOLE).
3. La diffusione, valorizzazione e promozione dell'uso di prodotti naturali scientificamente avanzati, sicuri per l'organismo e l'ambiente e allo stesso tempo efficaci. Questo potrà comprendere la selezione privilegiata di prodotti che rispettino criteri autoimposti raccolti nel disciplinare Apoteca Natura o che

provengano da aziende che abbiano adottato standard e pratiche evolute come il modello Benefit (VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI NATURALI, SICURI ED EFFICACI).

4. La moltiplicazione dell'impatto positivo delle proprie attività anche attraverso il coinvolgimento attivo dei clienti e delle comunità in cui opera (MOLTIPLICAZIONE DELL'IMPATTO POSITIVO).

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

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

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

### **Storia di impatto - I primi frutti del Modello Benefit**

Un anno fa, scrivevamo nel nostro statuto gli impegni che ci definiscono come Società Benefit. Tra questi, il primo è stato identificato nella promozione del Modello Benefit di Apoteca Natura all'interno del nostro network, al fine di condividere quella che per noi è ormai una necessità: coniugare profitto e beneficio comune, alla luce del fondamentale ruolo sociale che ricopre la Farmacia.

Aderendo al Modello, la Farmacia si impegna ad andare oltre all'obiettivo del profitto, per massimizzare il proprio impatto positivo e rappresentare appieno il proprio ruolo di presidio socio-sanitario e punto di riferimento per il cittadino, dove offrire un servizio di consulenza e informazione sulla propria salute, di elevata qualità. Fine ultimo di questo approccio è assistere i propri clienti in un percorso di salute consapevole e stringere relazioni fiduciarie di lungo periodo con la comunità e il territorio di riferimento.

In particolare, le farmacie del network Apoteca Natura che aderiscono al Modello Benefit misurano il proprio impatto complessivo con lo strumento del BIA e adottano formalmente le tre finalità specifiche di beneficio comune condivise da tutto il network:

1. Diffusione del Modello Benefit
2. Prevenzione ed educazione per una salute consapevole
3. Valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci

Oltre a queste, ciascuna Farmacia può adottare ulteriori finalità per meglio esprimere la propria vocazione d'impresa individuale.

Più di 100 farmacie del network si sono attivate nell'adozione del Modello Benefit nel corso del 2019, intraprendendo il percorso di misura e di selezione delle finalità specifiche di beneficio rispetto alle quali si impegnano a produrre un impatto positivo.

Apripista di questo percorso sono state le nostre Farmacie Comunali Fiorentine AFAM e la Farmacia Antonio Colutta di Udine. La Farmacia Antonio Colutta, che aderisce alla rete di Apoteca Natura e collabora alla realizzazione delle sue iniziative in materia di prevenzione dal 2010, è stata la prima Farmacia indipendente a diventare B Corp certificata e Società Benefit nel territorio nazionale a ulteriore conferma del forte impegno verso il bene comune e della visione aziendale mirata al riconoscimento della diversità di ciascun individuo per rispondere all'evoluzione delle esigenze sanitarie in un contesto sempre più globalizzato e multiculturale. Come spiega la titolare Antonella Colutta "Abbiamo ritenuto che lo strumento della Società Benefit ci consentisse di diventare protagonisti di una trasformazione del modello dominante di impresa a scopo di lucro, con l'obiettivo di adeguarci alle sfide e alle opportunità dei mercati del XXI secolo".

## Rendicontazione rispetto agli impegni 2019

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
Promozione del Modello Benefit su tutte le Farmacie della rete (circa 630 nel 2019) attraverso almeno 1 visita annuale dei Key Account Manager	N° visite in Farmacia	Svolta almeno 1 visita per ogni Farmacia dedicata alla promozione del modello
Sviluppo e messa a disposizione di strumenti dedicati sul Portale Apoteca Natura per la comunicazione, informazione e ingaggio del Farmacista relativamente al Modello Benefit	Svolgimento dell'attività	Sviluppo e pubblicazione dei Kit rendicontazione, Kit di adesione, Kit misurazione, Lettera d'impegno, Integrazione statuto, Video-corsi.
Sviluppo e messa a disposizione di strumenti dedicati sul Portale Apoteca Natura per la comunicazione del Modello Benefit al consumatore	Svolgimento dell'attività	Sviluppo e pubblicazione del kit di comunicazione
Organizzazione di un momento annuale di coinvolgimento plenario del network ("Corso Evoluzione") anche sul tema Benefit con la partecipazione di almeno 80 Farmacie	N° farmacie	Il Corso Evoluzione si è svolto come previsto con la partecipazione di 80 Farmacie
Organizzazione Meeting di area (Assemblee territoriali, Network Meeting, etc.) con i Farmacisti in cui approfondire anche il tema Benefit (almeno 2 meeting)	N° meeting	Svolti 18 Network Meeting + 24 Assemblee Territoriali
Condivisione News e invio Newsletter dedicate, inviate a tutte le 630 Farmacie del Network per sensibilizzarle sul tema Benefit e stimolarne l'adesione (almeno 2 news su Portale Apoteca Natura e almeno 2 newsletter)	N° News e newsletter	Inviare 3 Newsletter e pubblicate 3 News a tema Benefit nel corso dell'anno
Sviluppo di una Sezione Benefit dedicata all'interno di un corso di approfondimento e professionalizzazione del Farmacista di durata biennale organizzato da Apoteca Natura (People Management in ambito Servizi Crescenti)	Svolgimento dell'attività	Attivazione nel portale della sezione dedicata

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
Presentazione del Modello Benefit in Spagna durante l'assemblea plenaria delle farmacie	Svolgimento dell'attività	Lancio durante il meeting di convention del 2019 del Modello Benefit a tutte le farmacie del network in Spagna
Progetto pilota per l'adattamento degli strumenti del Modello Benefit con due farmacie spagnole	Svolgimento dell'attività	Accompagnamento di due farmacie all'adozione del Modello Benefit per l'aggiornamento e la verifica degli strumenti del Modello in Spagna

## Impegni target per il 2020

Impegni 2020	KPI
Realizzazione di una guida per semplificare alle Farmacie interessate il percorso per diventare Benefit acquisendo il massimo punteggio (Smart Guide)	Svolgimento dell'attività
Promozione del Modello Benefit su tutte le Farmacie della rete (circa 610) attraverso almeno 1 visita annuale dei Key Account Manager	N° di visite
Aggiornamento e messa a disposizione di strumenti per la rendicontazione sul Portale Apoteca Natura e per la comunicazione	Svolgimento dell'attività
Organizzazione di un momento annuale di coinvolgimento plenario del network ("Corso Evoluzione") anche sul tema Benefit con la partecipazione di almeno 80 farmacie a livello internazionale per coinvolgere le farmacie italiane, spagnole e portoghesi	N° di farmacie
Organizzazione di incontri di area (Assemblee territoriali, etc.) con i Farmacisti in cui approfondire anche il tema Benefit (almeno 2 meeting)	N° di meeting
Condivisione di News e invio di Newsletter dedicate al tema Benefit, inviate a tutte le 610 Farmacie del Network (italiano) per sensibilizzarle sul tema Benefit e stimolarne l'adesione (almeno 2 news su Portale Apoteca Natura e almeno 2 newsletter)	N° di news e newsletter pubblicate
Sviluppo di una Sezione Benefit dedicata all'interno di un corso di approfondimento e professionalizzazione del Farmacista di durata biennale organizzato da Apoteca Natura (People Management in ambito Servizi Crescenti) - continuazione del piano dell'anno scorso ed estensione ad altre 10 farmacie	Svolgimento attività N* nuove farmacie coinvolte
Per la Spagna, sviluppo e messa a disposizione di strumenti dedicati sul Portale Apoteca Natura per la comunicazione, informazione e ingaggio del Farmacista relativamente al Modello Benefit - completamento del toolkit per le Farmacie spagnole e preparazione del lancio nel 2021	Svolgimento attività
Per la Spagna, preparazione e formazione al lancio del Modello Benefit del personale interno - formazione ai 5 KAM	Svolgimento attività

## **3.2 La seconda finalità specifica di beneficio comune: prevenzione ed educazione per una salute consapevole**

*La promozione di percorsi di salute consapevole per le persone attraverso attività di educazione e prevenzione. Questo potrà comprendere servizi di autodiagnosi e attività di miglioramento degli stili di vita con considerazione allargata dei fattori ambientali e sociali.*

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

### **Storia di Impatto - Il blog “Siamo Benefit” per educare alla consapevolezza**

All'interno del Network Apoteca Natura stimoliamo la diffusione presso i pazienti di una consapevolezza collettiva, intesa come conoscenza, educazione e presa di coscienza di sé e degli altri, nella piena convinzione che questo sia il primo passo per ampliare la capacità di prevenzione della comunità e, con essa, il benessere delle Persone. Lo chiamiamo promozione di una Salute Consapevole ed è da sempre il fondamento cardine del nostro operato.

Con tale prospettiva, nel 2019, abbiamo creato il blog Siamo Benefit, canale dinamico di comunicazione online rivolto ai pazienti delle Farmacie del Network, scelto proprio perché per sua natura è lo strumento più adatto per seguire le necessità informative dettate dall'attualità.

Oltre a veicolare notizie ed approfondimenti sulla salute con semplicità, mantiene un rigore e un'autorevolezza scientifica fondamentali. Inoltre, dedica ampio spazio alla comunicazione di informazioni sullo status di Società Benefit e di B Corp certificata, al fine di spiegare al pubblico cosa ciò significhi in concreto e come l'adesione a questo modello sia un importante punto di differenziazione sul mercato che diventa ancora più di valore nei momenti di difficoltà che stiamo vivendo come comunità.

Il blog Siamo Benefit si popola, ogni mese, di nuovi contenuti che affrontano temi specifici e campagne di sensibilizzazione dedicate, ma anche temi trasversali come il cambiamento climatico e l'inquinamento con particolare attenzione alla corretta informazione medica su condizioni come il sovrappeso e l'obesità, l'importanza dell'uso corretto degli antibiotici o la menopausa oltre che approfondimenti dedicati all'emergenza Coronavirus COVID-19, con aggiornamenti puntuali e pareri di esperti per informare sulla persistente condizione di pandemia e offrire spunti per la salute nella condizione di quarantena che stiamo tutti vivendo.

## Rendicontazione rispetto agli impegni 2019

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
Promozione Campagne di prevenzione su tutte le 630 Farmacie del Network, ad esempio Campagna di prevenzione cardiovascolare "Ci sta a cuore il tuo cuore": 2 campagne con diffusione di almeno 50 opuscoli e 1 poster per Farmacia per ogni campagna promossa	N° materiali inviati alle Farmacie	Inviati 50 opuscoli e 1 Poster per Farmacia
Promozione di Campagne di sensibilizzazione su tutte le 630 Farmacie del Network, ad esempio Campagna di informazione sull'importanza di un sonno corretto "Fai luce sul tuo sonno": 8 campagne con diffusione di almeno 50 opuscoli e 1 poster per Farmacia per ogni campagna promossa	N° di Campagne N° di opuscoli / poster per ogni campagna	Confermato invio di 50 opuscoli e 1 Poster per Farmacia
Promozione Campagne di misurazione della salute in Farmacia su tutte le 630 Farmacie del Network; Autodiagnosi, Analisi strumentale e Telemedicina: 1 campagna	N° di Campagne	Svolta la campagna di misurazione della salute in Farmacia

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
<p>Promozione di Health and Loyalty System, piattaforma studiata per consentire ai farmacisti di seguire il percorso di salute delle persone in modo consapevole, grazie ad una completa e chiara conoscenza dei loro dati sanitari e dei loro comportamenti e la possibilità di interagire facilmente con loro. Questo tramite 2 strumenti: App “MyApotecaNatura” (per la persona) e Dashboard Farmacia (per il Farmacista) per la gestione dei pazienti e dei loro dati aggregati. Sono presenti grafici misurazioni e valori, archivio referti diagnostici, promemoria terapie, questionari di prevenzione (cardiovascolare, gastrointestinale, sovrappeso, sonno, menopausa, sedentarietà, ambiente e salute), tracking movimento, chiamata d’emergenza e Carta Fedeltà (MyCard)</p>	<p>Svolgimento attività</p>	<p>Promozione della piattaforma Health &amp; Loyalty System</p>
<p>Creazione, promozione e sviluppo della “Guida Alimentare”, nuovo servizio dedicato alle persone con squilibri alimentari e/o problemi nutrizionali. Integrato nel sistema H&amp;LS; rivolto a tutte le 630 Farmacie del Network</p>	<p>Svolgimento attività</p>	<p>La Guida Alimentare è stata sviluppata e lanciata in tutto il network delle farmacie come previsto</p>
<p>Creazione, promozione e sviluppo di “Ordina Prodotti”, nuovo servizio volto a fornire alla persona la migliore informazione riguardo alla disponibilità dei prodotti e l’eventuale consegna. Integrato nel sistema H&amp;LS; rivolto a tutte le 630 Farmacie del Network</p>	<p>Svolgimento attività</p>	<p>Il servizio “Ordina Prodotti” è stato attivato attraverso la piattaforma Health &amp; Loyalty System</p>

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
Creazione, promozione e sviluppo di “Agenda Servizi”, nuova feature della piattaforma H&LS volto alla prenotazione online di esami di autodiagnosi, strumentali e di telemedicina così da favorirne la più ampia diffusione; rivolto a tutte le 630 Farmacie del Network	Svolgimento attività	Nel corso dell’anno si è deciso di sostituire questa attività con lo sviluppo di un contenitore di articoli per aprire un ulteriore canale di contatto con i clienti e privilegiare l’informazione corretta e autorevole che sempre più si rivela fondamentale in ambito sanitario.
Promozione App “La salute la sai?”, ideata per trasmettere contenuti, informazioni e suggerimenti sui principali temi di salute, attraverso la modalità di un gioco a quiz.	Svolgimento attività	Nel corso di novembre si è svolta la campagna in Farmacia di promozione dell’App attraverso poster e strumenti social.
Promozione di Protocolli Consiglio per Esigenza (PCE), strumenti che guidano il Farmacista per valutare le caratteristiche del disturbo principale, la presenza di indicatori di rischio da riferire al medico e quali informazioni fornire alla persona per attuare un corretto stile di vita: 16	N° Protocolli consiglio	Nel corso del 2019 sono stati aggiornati 11 protocolli e ne sono stati sviluppati 5 nuovi
Sviluppo e promozione di contenuti utili alla formazione del Farmacista: 4 Corsi di formazione (residenziali, diretta streaming e on demand); 5 Webinar (diretta streaming e on demand), 2 ECM in modalità formazione a distanza	N° corsi	Nel corso del 2019 sono stati svolti con successo i 4 corsi di formazione, i 5 webinar e i 2 ECM a distanza previsti.
Promozione di PHAN: piattaforma interattiva di pharmacy counseling in realtà virtuale utilizzabile in remoto che riproduce in un contesto 3D, la realtà operativa di una Farmacia con 350 avatar/personone da seguire	Svolgimento attività	Nel corso del 2019 è stata promossa la piattaforma PHAN sia in Farmacia che attraverso attività in aula e sono state inserite 2 nuove esigenze di salute per arricchire ulteriormente lo strumento

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
Per la Spagna, promozione di tutti i servizi di prevenzione di Apoteca Natura attraverso una campagna dedicata e l'App MyApotecaNatura	Svolgimento attività	A maggio 2019 svolgimento della campagna "Valora tu salud" per la promozione dei servizi cardiovascolare, gastrointestinale, menopausa, peso e onno. A novembre 2019 promozione dell'app MyApotecaNatura con particolare focus alla prevenzione "Cardiovascular"
Per la Spagna, collaborazione con l'azienda 'Salud sin Bulos' (salute senza bufale) per la corretta informazione in ambito salute con coinvolgimento delle farmacie del network spangolo	Svolgimento attività	Nel mese di dicembre 2019 promozione su tutti i canali social e le farmacie e integrazione dei contenuti della App "Te sabes la salud?"
Per la Spagna, sviluppo ed erogazione dei Protocolli Consiglio per Esigenza per guidare il Farmacista nella valutazione dei disturbi presentati dai pazienti.	N° Protocolli consiglio	Nel corso del 2019 i farmacisti hanno avuto a disposizione 12 protocolli consiglio, di questi uno è stato sviluppato ex-novo e 5 sono stati aggiornati.
Per la Spagna, sviluppo e promozione di contenuti utili alla formazione del Farmacista.	Svolgimento dell'attività	Nel corso del 2019 sono stati erogati 23 corsi generali sul territorio, 2 in streaming e 2 in modalità on demand.
Per la Spagna, sviluppo e messa a disposizione di toolkit di comunicazione sociale e web su diversi contenuti di informazione su prevenzione e salute consapevole.	Svolgimento dell'attività	Attività svolta in continuità nel corso dell'anno

## Impegni target per il 2020

Impegni 2020	KPI
Diffusione 'Ordina Prodotti', servizio per rendere più agevole il reperimento dei prodotti in condizioni più sicure specie nel periodo del Coronavirus	Svolgimento attività
Attività volte alla sensibilizzazione e prevenzione nel periodo di emergenza di Coronavirus	Svolgimento attività
Campagna sensibilizzazione sulla biodegradabilità (newsletter, poster, post su blog, toolkit social)	Svolgimento attività
Attività MyCard collegate a corretti stili di vita - coupon erogati per ogni Passeggiata della Salute	N° coupon
Video – 10 pillole di Farmacisti su attività di prevenzione	N° video pillole
Promozione Campagne di prevenzione su tutte le 610 Farmacie del Network: 2 campagne tra cui "Vi siamo vicini anche a distanza" per le farmacie del Network 1 poster per Farmacia per ogni campagna promossa	N ° campagne
Promozione Campagne di sensibilizzazione su tutte le 610 Farmacie del Network, ad esempio Campagna di informazione sull'antibiotico-resistenza o "Cogli il fiore di ogni età" per affrontare in modo sereno il periodo della menopausa: messa a disposizione di 8 campagne con diffusione di materiale promozionale (opuscoli, poster e toolkit digital)	N ° campagne
Promozione dell'informazione continuativa sui servizi di misurazione della salute in Farmacia proposte dalle farmacie del network: Autodiagnosi, Analisi strumentale e Telemedicina - landing page informativa	Svolgimento attività
Promozione Health and Loyalty System tramite 2 strumenti: App "MyApotecaNatura" (per la persona) e Dashboard Farmacia (per il Farmacista) per la gestione dei pazienti e dei loro dati aggregati.	Svolgimento attività
Aggiornamento della "Guida Alimentare", servizio dedicato alle persone con disequilibri alimentari e/o problemi nutrizionali, e promozione nel periodo emergenza Coronavirus in cui la persona è costretta a forzata sedentarietà per stimolare al controllo del peso - rivolto a tutte le 610 Farmacie del Network	N° farmacie

Impegni 2020	KPI
Promozione App “La salute la sai?”, ideata per trasmettere contenuti, informazioni e suggerimenti sui principali temi di salute, attraverso la modalità di un gioco a quiz	Svolgimento attività
Promozione di Protocolli Consiglio per Esigenza (PCE), strumenti che guidano il Farmacista per valutare le caratteristiche del disturbo principale, la presenza di indicatori di rischio da riferire al medico e quali informazioni fornire alla persona per attuare un corretto stile di vita: 5 nuovi protocolli sviluppati	N° protocolli sviluppati
Sviluppo e promozione di contenuti utili alla formazione del Farmacista: 4 Corsi di formazione (residenziali, diretta streaming e on demand); 5 Webinar (diretta streaming e on demand), 2 ECM in modalità formazione on line per esigenze di salute specifiche: gastrointestinale, cardio- metabolico e disturbi del sonno	N° corsi
Rilascio di aggiornamento del PhAN - piattaforma interattiva di pharmacy counseling in realtà virtuale - per favorire aggiornamento professionale di specifiche esigenze di salute: vie respiratorie, Cardio-metaboliche e disturbi del Sonno, con Avatar ancora più "umanizzati"	Svolgimento attività
Aggiornamento del toolkit di comunicazione social e web su diversi contenuti di informazione su prevenzione e salute consapevole e in particolare su tema Covid sia per l'Italia che per la Spagna	Svolgimento dell'attività
Attivazione del team di tutor della formazione per rispondere in remoto ai dubbi dei pazienti sui test di prevenzione senza bisogno di rivolgersi al farmacista in un periodo in cui non è consigliato spostarsi.	Svolgimento dell'attività
Per la Spagna, promozione di campagne di prevenzione su tutte le farmacie del network con focus su: campagna prevenzione gastrointestinale, campagna prevenzione cardiovascolare, campagna salute senza bufale	Svolgimento dell'attività
Per la Spagna, sviluppo e promozione di contenuti utili alla formazione dei farmacisti: 2 corsi generali sul territorio, 1 in streaming e 1 in modalità on demand. <i>NOTA: al momento in cui stiamo redigendo questa relazione alcune attività di formazione sono sospese a causa dell'emergenza COVID-19 (vedi pag. 4). Abbiamo al momento indicato solo le attività che siamo sicuri di poter erogare, ma ci sono diversi corsi che erano inizialmente pianificati e non sappiamo se riusciremo a riprogrammare e ci troviamo nella difficoltà di definire con sicurezza un target specifico per questa attività.</i>	Svolgimento dell'attività
Per la Spagna, promozione di 18 Protocolli Consiglio per Esigenza (PCE) con lo sviluppo di 6 nuovi protocolli	N° protocolli

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

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

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

#### **Storia di impatto - Un prodotto 100% naturale per la salute del riposo**

Le Farmacie Apoteca Natura sono specializzate in un'accurata offerta incentrata sulla naturalità dei nostri prodotti. In questa direzione viene data visibilità preferenziale ai prodotti validati dal network che sono selezionati sulla base delle loro caratteristiche di naturalità, sicurezza ed efficacia come esplicitato nel [disciplinare](#) di Apoteca Natura.

Oltre a questo, per portare avanti il cambio culturale che permetta di valorizzare al meglio la proposta di soluzioni terapeutiche innovative, basate su altissime performance di sicurezza ed efficacia dei nostri prodotti naturali, è fondamentale il ruolo del Farmacista. In questa direzione, offriamo dei completi percorsi di formazione a tutto il personale di Farmacia. Inoltre, sviluppiamo degli strumenti a supporto del farmacista nel guidare il contatto con il paziente e indirizzare i consigli di stile di vita e la selezione del ritrovato naturale più indicati. Tra questi, i più importanti sono i Protocolli Consiglio Cliente che orientano in modo lineare nella valutazione dei bisogni di salute dei pazienti e nell'identificazione degli eventuali red flag che richiedono la necessità di un approfondimento presso un medico specialista.

Un ambito di innovazione significativo portato avanti nel corso del 2019 è stato l'aggiornamento del PCE relativo ai disturbi del sonno e l'arricchimento dell'offerta

terapeutica relativa con il lancio del prodotto Sedivitax ProNight. Il prodotto è al 100% naturale e biodegradabile: una scelta fondamentale per la salute dell'uomo e per quella dell'ambiente che Apoteca Natura porta avanti con coerenza nella selezione accurata del proprio portafoglio prodotti.

## Rendicontazione rispetto agli impegni 2019

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
Formazione dei Farmacisti sui temi dei fitocomplessi naturali rivolta a tutti i Farmacisti del Network: almeno 4.000	N° farmacisti	Corsi erogati a 3950 Farmacisti
Formazione sui prodotti: promozione e diffusione di 38 videocorsi (di cui 10 trattano dei prodotti a marchio Apoteca Natura)	N° videocorsi	<p>Nel corso del 2019 sono stati erogati 5 videocorsi Apoteca Natura, 5 Aboca oltre che 8 webinar di prodotto in diretta, messi poi a disposizione on demand - 12 videocorsi sono attualmente in lavorazione. Il totale è stato di 22 videocorsi della durata di 5-15 min e 8 Webinar della durata di 30 min - 60 min, per un totale di 30 corsi.</p> <p>Il gap rispetto al target prefissato è giustificato dalla scelta deliberata di approfondire alcune tematiche con un webinar, della durata molto maggiore rispetto a un videocorso.</p>

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
<p>Promozione della visibilità in Farmacia dei prodotti validati dal network e conformi al disciplinare Apoteca Natura, ponendo quale obiettivo il numero di Farmacie conformi alle linee espositive stabilite nella Guida al Sell Out Apoteca Natura:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● in area scaffale dell'area automedicazione naturale: 450</li> <li>● in esposizione a retro banco secondo le linee espositive stabilite: 420</li> </ul>	N° farmacie	495 farmacie conformi alla guida in area scaffale e 471 in area retro-banco
Share di prodotti a marchio APA (Aboca, Planta Medica e Apoteca Natura) nelle Farmacie del network: 3% rispetto ad una media nazionale dello 0,6%	Share prodotti APA	Share per i prodotti a marchio Aboca Planta Medica e Apoteca Natura nelle farmacie Apoteca Natura: 2,8% rispetto alla media in Italia:0,7%
Campagne di promozione dei prodotti naturali attraverso le Promozioni MyCard: 11	N° campagne	Svolte 11 campagne come previsto
Per la Spagna, formazione ai farmacisti sui prodotti APA	N° corsi	Nel corso del 2019 sono stati svolti 9 webinar, 6 videocorsi e 9 corsi on demand
Per la Spagna, share di prodotti a marchio APA (Aboca, Planta Medica e Apoteca Natura) nelle Farmacie del network spagnolo più alta rispetto alla share media di mercato in Spagna.	Share prodotti APA	<p>Share per i prodotti a marchio Aboca Planta Medica e Apoteca Natura nelle farmacie Apoteca Natura in Spagna: 2,2%</p> <p>Rispetto alla media in Spagna: 0,32%</p>

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
Per la Spagna, sviluppo e messa a disposizione delle farmacie del network di linee guida espositive per privilegiare la visibilità dei prodotti validati dal network e conformi al disciplinare Apoteca Natura	Svolgimento dell'attività	Le linee guida sono adottate da tutte le farmacie del network ed è in attivazione un sistema di tracciamento e verifica dei livelli espositivi effettivi.

### Impegni target per il 2020

Impegni 2020	KPI
Lancio di nuovi prodotti Apoteca Natura (100% naturali) - 2	N° prodotti
Formazione dei Farmacisti sui temi dei fitocomplessi naturali rivolta a tutti i Farmacisti del Network: circa 4.000	N° farmacisti
Formazione sui prodotti: promozione e diffusione di 10 videocorsi (5 trattano dei prodotti a marchio Apoteca Natura) + 10 webinar di prodotto	N° videocorsi
Promozione della visibilità in Farmacia dei prodotti validati dal network e conformi al disciplinare Apoteca Natura, ponendo quale obiettivo il numero di Farmacie conformi alle linee espositive stabilite nella Guida al Sell Out Apoteca Natura: <ul style="list-style-type: none"> <li>● in area scaffale dell'area automedicazione naturale: 500</li> <li>● in esposizione retro banco secondo le linee espositive stabilite: 480</li> </ul>	N° farmacie
Share di prodotti a marchio APA (Aboca, Planta Medica e Apoteca Natura) nelle Farmacie del network: 3% rispetto ad una media nazionale dello 0,6%	Share dei prodotti APA
Campagne di promozione dei prodotti naturali attraverso le Promozioni MyCard: 9 <i>NOTA: al momento in cui stiamo redigendo questa relazione le attività di Passeggiata sono sospese vista l'emergenza COVID-19 (vedi pag. 4).</i>	N° campagne
Per la Spagna, promozione e diffusione di 10 videocorsi + 12 webinar + 12 corsi on demand per la Spagna	N° corsi
Per la Spagna, attivazione di un programma di monitoraggio della visibilità del marchio Apoteca Natura e dei prodotti, destinato agli agenti	Svolgimento attività

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

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

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

#### **Storia di impatto - Passeggiare per stare bene: il network Apoteca fa squadra contro la sedentarietà**

Essere un network significa tessere relazioni, scambiare informazioni e conoscenza, ma, soprattutto, agire insieme, perché un gruppo di persone che operano verso la stessa direzione è capace di generare un impatto molto maggiore di quello generato con il massimo sforzo di un solo individuo.

In Apoteca Natura lavoriamo per ampliare il nostro network e ingaggiare le Farmacie che ne fanno parte, con l’obiettivo finale di moltiplicare il nostro impatto positivo.

Dal 2013 promuoviamo in tutta Italia le “Passeggiate della Salute”, eventi organizzati localmente dalle singole Farmacie Apoteca Natura - sia in Italia che in Spagna - con il proposito di coinvolgere le comunità e renderle consapevoli dell’importanza del movimento fisico. Le Passeggiate della Salute sono un’occasione irrinunciabile per coniugare attività fisica, benessere e socializzazione e un’attività che è possibile svolgere ad ogni età, ovunque e a costo zero. Pur essendo un gesto del tutto naturale, camminare apporta all’organismo importanti benefici:

- Aiuta a tenere sotto controllo il peso corporeo
- Migliora la postura e l’equilibrio
- Allevia la pressione arteriosa e previene malattie cardiovascolari e il diabete

- Rafforza muscoli ed ossa

A cui si combinano effetti positivi sull'umore e sul controllo dell'ansia, grazie al rilascio di endorfine.

Nel corso del 2019 le Passeggiate della Salute Apoteca Natura hanno coinvolto 85 Farmacie e il programma è culminato con la giornata nazionale della Passeggiata, il 16 giugno. In questa data le farmacie del network si sono mobilitate per organizzare eventi coordinati in tutta Italia, coinvolgendo le rispettive comunità di appartenenza.

Il successo delle iniziative e la grande partecipazione dimostrata, ci hanno spinto, quest'anno, ad integrare nelle nostre camminate anche l'attività 'plogging', ultima frontiera del benessere sostenibile. Questa attività sportiva consiste nel raccogliere la plastica dispersa nell'ambiente con appositi strumenti di protezione, mentre si svolge esercizio fisico.

Speriamo, così, di combinare l'impatto positivo delle passeggiate sulle Persone, con un contributo concreto alla riduzione dell'inquinamento da plastica, nella piena realizzazione di una visione sistemica, secondo cui il benessere umano non può prescindere da quello del Pianeta.

## Rendicontazione rispetto agli impegni 2019

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
Interventi nelle scuole medie inferiori e superiori in collaborazione con ISDE (Associazione Medici per l'Ambiente) con lo scopo di sensibilizzare le nuove generazioni sul legame tra Ambiente e Salute: 10	N° interventi	Svolgimento di 33 interventi con il coinvolgimento di 44
Supporto, organizzazione e promozione di Passeggiate della salute, volte a incentivare il movimento e la conoscenza del territorio: 80	N° di kit per promozione Passeggiate della Salute	Le passeggiate della salute sono state svolte nel corso dell'anno con una buona risposta da parte delle farmacie. Kit ordinati: 122 Farmacie coinvolte: 85
Promozione di una campagna di sensibilizzazione nel mese di dicembre sul significato di essere Società Benefit in collaborazione con enti e associazioni del territorio	Svolgimento attività	La campagna di sensibilizzazione sui temi Benefit è stata svolta con successo con il coinvolgimento di 630 Farmacie
Promozione e supporto dell'ufficio stampa nel rilanciare sulle principali testate di settore i comunicati Apoteca Natura, le attività a carattere Benefit erogate dalle Farmacie del network e le loro conferenze stampa aventi per oggetto l'essere Benefit	Svolgimento attività	L'attività di supporto all'ufficio stampa è stata svolta come previsto nel corso dell'anno
Collaborazione a campagne specifiche di prevenzione organizzate dalle Farmacie Apoteca Natura di proprietà (Farmacie AFAM)	Svolgimento attività	Attività di supporto continuativo per esempio a supporto delle campagne su su prevenzione dai danni solari, o servizi a supporto degli gli stranieri

Impegni 2019	KPI	Stato di avanzamento
Per la Spagna, messa a disposizione dei farmacisti del Kit Scuola ISDE (International Society Doctor for the Environment) contenente presentazione e materiale informativo per organizzare incontri con le scuole	N° incontri	Nel corso del 2019 sono stati svolti 5 incontri nelle scuole
Per la Spagna, supporto, organizzazione e promozione di Passeggiate della salute, volte a incentivare il movimento e la conoscenza del territorio con le farmacie	N° farmacie partecipanti	Nel corso del 2019, 24 farmacie del network hanno partecipato

## Impegni target per il 2020

Impegni 2020	KPI
<p>Articoli sul Blog “Siamo Benefit” per informare le Persone sia sull’emergenza in atto che su prevenzione, corretti stili di vita, ambiente e Bene Comune: minimo 24 articoli</p>	<p>N. articoli</p>
<p>Attività di sensibilizzazione sulla raccolta della plastica attraverso Passeggiate della Salute con attività di plogging: TBD <i>NOTA: al momento in cui stiamo redigendo questa relazione le attività di Passeggiata sono sospese vista l'emergenza COVID-19 (vedi pag. 4). Ci troviamo dunque nell'impossibilità di definire un target specifico per questa attività, data la sua stagionalità che coincide con il periodo di emergenza.</i></p>	<p>N° passeggiate</p>
<p>Interventi nelle scuole medie inferiori e superiori in collaborazione con ISDE (Associazione Medici per l’Ambiente) con lo scopo di sensibilizzare le nuove generazioni sul legame tra Ambiente e Salute: TBD <i>NOTA: al momento in cui stiamo redigendo questa relazione tutte le scuole di ogni ordine e grado del territorio italiano sono chiuse a causa dell'emergenza COVID-19 (vedi pag. 4). Non sappiamo, dunque, se e quando l'attività potrà riprendere.</i></p>	<p>N° interventi</p>
<p>Promozione di una campagna di sensibilizzazione nel mese di dicembre sul significato di essere Società Benefit in collaborazione con enti e associazioni del territorio</p>	<p>Svolgimento attività</p>
<p>Promozione e supporto dell’ufficio stampa nel rilanciare sulle principali testate di settore i comunicati Apoteca Natura, le attività a carattere Benefit erogate dalle Farmacie del network e le loro conferenze stampa aventi per oggetto l’essere Benefit - attività ongoing</p>	<p>Svolgimento attività</p>
<p>Collaborazione a campagne specifiche di prevenzione organizzate dalle Farmacie Apoteca Natura di proprietà (Farmacie AFAM) - Produzione di materiale informativo</p>	<p>Svolgimento attività</p>
<p>In risposta alle difficoltà causate dall’emergenza COVID, donazione da parte di Apoteca Natura a Caritas per conto delle Farmacie Apoteca Natura, con l’impegno da parte dell’ente a spendere quota parte di quanto ricevuto in acquisto prodotti presso ognuna delle 610 Farmacie Apoteca Natura, così da darne beneficio diretto alla comunità di cui fa parte la stessa Farmacia; la Farmacia potrà da parte sua contribuire alla raccolta fondi direttamente o attraverso il coinvolgimento dei propri clienti</p>	<p>Svolgimento attività</p>

Impegni 2020	KPI
<p>Per la Spagna, messa a disposizione dei farmacisti del Kit Scuola ISDE (International Society Doctor for the Environment) contenente presentazione e materiale informativo per organizzare incontri con le scuole: 10 incontri previsti</p> <p><i>NOTA: al momento in cui stiamo redigendo questa relazione tutte le scuole di ogni ordine e grado del territorio italiano sono chiuse a causa dell'emergenza COVID-19 (vedi pag. 4). Non sappiamo, dunque, se e quando l'attività potrà riprendere.</i></p>	N° incontri
<p>Per la Spagna, supporto, organizzazione e promozione di Passeggiate della salute, volte a incentivare il movimento e la conoscenza del territorio con le farmacie spagnole: 30 passeggiate previste</p> <p><i>NOTA: al momento in cui stiamo redigendo questa relazione le attività di Passeggiata sono sospese vista l'emergenza COVID-19 (vedi pag. 4). Ci troviamo quindi nell'incertezza di poter confermare con sicurezza il target ipotizzato data la stagionalità che parzialmente coincide con il periodo di emergenza.</i></p>	30 in previsione

## 4. Responsabilità, sostenibilità, trasparenza

In qualità di Società Benefit, Apoteca Natura si impegna a perseguire oltre agli obiettivi economici propri dell'attività imprenditoriale, finalità di beneficio comune e di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

Per ottemperare agli obblighi di legge, Apoteca Natura è legalmente obbligata a prendere in considerazione e a valutare il proprio impatto ambientale e sociale attraverso uno standard di terza parte riconosciuto a livello internazionale.

Apoteca Natura ha scelto di misurare le proprie prestazioni ambientali e sociali complessive con il BIA, il Benefit Impact Assessment, lo strumento di valutazione dell'impatto sviluppato dall'ente non profit B Lab, perché lo ha ritenuto lo standard di valutazione più completo e rigoroso a livello internazionale. Lo standard Benefit Impact Assessment classifica la performance ambientale e sociale delle aziende su una scala di 200 punti. Al superamento della soglia di 80 punti l'azienda può ricevere la certificazione B Corp.

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.

**Punteggio di dettaglio nelle diverse aree di impatto verificato da B Lab:**

	<b>Punteggio Azienda</b>	<b>Punteggio Medio *</b>
<b>Governance</b>	<b>19.5</b>	-
Mission e Impegno	2.1	0.4
Responsabilità aziendale	0	0.6
Etica	2.0	1.1
Trasparenza	5.3	2.2
Mission Bloccata	10.0	-
<b>Lavoratori</b>	<b>26</b>	-
Compensi	5.3	5.7
Benefit	13.4	6.1
Formazione	1.3	1.2
Proprietà dei lavoratori	0	1.1
Comunicazione	1.6	1.5
Flessibilità e cultura	3.2	1.4
Altro	2.5	-
<b>Comunità</b>	<b>19.4</b>	-
Creazione di posti di lavoro	4.5	3.4
Diversità. inclusione	2.5	2.2
Impegno civico e donazioni	4.2	1.8
Coinvolgimento locale	4.5	4.0
Fornitori e distributori	3	1.9
Altro	0.7	-
<b>Ambiente</b>	<b>17.8</b>	-
Territorio. ufficio. impianti	7.0	2
Energia. acqua. materiali	3.0	1.2
Emissioni. acqua. rifiuti	1.2	0.7
Riduzione delle tossine	6.5	-
<b>Clienti</b>	<b>6.5</b>	-
Miglioramento della salute e del benessere	5.3	
Supporto ad aziende con finalità sociali	1.2	
<b>Punteggio totale</b>	<b>89.4</b>	<b>51.6</b>

*\*benchmark di tutte le aziende di dimensione comparabile che hanno completato il Benefit Impact Assessment*

## 5. Relazione di impatto

Questa relazione di impatto è il risultato del processo di affiancamento di Nativa Srl SB ad Apoteca Natura finalizzato a migliorare il livello di attendibilità e precisione di quanto riportato, in conformità con gli impegni di trasparenza, responsabilità e corretta governance che caratterizzano le Società Benefit.

Poichè Apoteca Natura ha ricevuto il riconoscimento della certificazione B Corp alla fine del 2019, il punteggio BIA utilizzato come misura dell'impatto secondo i requisiti di cui alla L. 28-12-2015 n. 208, Commi 376-384 sulle società benefit, è stato verificato da B Lab.

La verifica da parte di Nativa ha riguardato l'impegno effettivo nel perseguire il raggiungimento delle finalità specifiche di beneficio comune come Società Benefit così come esplicitate all'oggetto sociale dello statuto dell'azienda e si è basata su due fondamentali attività:

- Identificazione della corretta assegnazione di responsabilità nelle diverse aree aziendali per assicurare che siano stati coinvolti i ruoli chiave nei diversi ambiti di valutazione e sia assicurato il know how necessario per la corretta rendicontazione sulle diverse finalità specifiche di beneficio comune.

Nel caso specifico, l'azienda ha assicurato il coinvolgimento delle persone già formate durante il percorso di trasformazione a Società Benefit e certificazione B Corp che potessero offrire il supporto più adeguato per la valutazione e l'aggiornamento dei dati rilevanti.

- Attendibilità del processo di raccolta del dato per assicurare che il dato e l'informazione prodotta siano basati su un processo strutturato in qualità.

Nel caso specifico, l'azienda ha progettato un processo di raccolta e verifica dei dati aziendali, strutturato in modo da coinvolgere tutte le funzioni aziendali coinvolte. E' stato altresì implementato un meccanismo di quality check che garantisca l'attendibilità del dato stesso.

## GLOSSARIO DEI TERMINI CHIAVE

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

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

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

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

---