



FARMACIA | ERBORISTERIA - OMEOPATIA

Antonoberto

RELAZIONE
D'IMPATTO
marzo 2020

“Le B Corp restituiscono all'imprenditore il comando integrale sull'impulso originario che muove in profondità l'agire umano: produrre un beneficio, creare un'innovazione positiva per sé, la comunità e l'ambiente.

Fondere indissolubilmente questa tensione con la ricerca del profitto libera da condizionamenti culturali negativi che spesso portano le imprese a divorare quella che dovrebbe essere la loro vera mission.”

*Senatore Mauro Del Barba,
primo firmatario del d.d.L. 1882/2015 sulle Società Benefit*

INDICE

Capitolo 1 - Chi siamo	pag. 4
Capitolo 2 - Usare il business come forza positiva	pag. 5
Capitolo 3 - Il nuovo statuto della Farmacia Antonio Colutta	pag. 6
Capitolo 4 - La prima finalità specifica di beneficio comune: diffusione del modello benefit	pag. 8
Capitolo 5 - La seconda finalità specifica di beneficio comune: prevenzione ed educazione per una salute consapevole	pag. 10
Capitolo 6 - La terza finalità specifica di beneficio comune: valorizzazione dei prodotti naturali, sicuri ed efficaci	pag. 12
Capitolo 7 - La quarta finalità specifica di beneficio comune: valorizzazione della diversità individuale	pag. 14
Capitolo 8 - Misura dell'impatto	pag. 15
Capitolo 9 - Obiettivi 2020	pag. 46



Capitolo 1

CHI SIAMO

La Farmacia Antonio Colutta è la prima farmacia indipendente del network di Apoteca Natura a diventare Società Benefit e la prima farmacia in Italia a rendere esplicito il proprio scopo da sempre orientato al bene comune.

Farmacia storica situata nel centro di Udine, è sotto la guida della famiglia Colutta dal 1920. Capostipite della famiglia fu Antonio Colutta, laureato in chimica a Padova e grande appassionato di farmaceutica, intraprese la carriera di farmacista proprio nella sede dell'attuale farmacia.

Il periodo tra le due guerre fu l'epoca più feconda dell'attività di Antonio: sviluppò non soltanto i medicinali tradizionali, inventandone di nuovi, ma si dedicò anche allo studio e alla costruzione di apparecchiature e sistemi di indagine chimica, che al tempo erano sicuramente anticipatori (ricordiamo tra queste l'emoglicometro per l'esame dello zucchero nel sangue), iscrivendo molti brevetti per le sue realizzazioni.

In tempi recenti, e più precisamente nel 2010, la farmacia ha rinnovato i suoi locali, riaffermando un'antichissima tradizione, ma anche proiettandosi nel futuro. Dal 2010 la farmacia ha aderito al network Apoteca Natura, progetto internazionale che conta 900 farmacie indipendenti impegnate in percorsi di salute consapevole e specializzate nell'offerta di prodotti naturali.



Capitolo 2

USARE IL BUSINESS COME FORZA POSITIVA

A marzo 2019, come **prima farmacia indipendente in Italia**, siamo diventati Società Benefit per rendere ancora più esplicita la nostra missione socio-sanitaria alla base del nostro lavoro. Abbiamo cambiato forma societaria, **incorporando i fini sociali e ambientali nel nostro statuto**, secondo il Modello Benefit promosso da Apoteca Natura.

Ad Agosto 2019, inoltre, siamo stati **certificati Benefit Corporation** e così continua il nostro impegno in questa direzione.

MODELLO BENEFIT DI APOTECA NATURA

Apoteca Natura promuove il Modello Benefit per creare il **primo network di farmacie al mondo Benefit Corporation** in cui la Farmacia si trasforma esplicitamente in impresa socio-sanitaria che persegue oltre alle finalità di profitto anche finalità di beneficio comune, attraverso la trasformazione in Società Benefit.

Tutte le farmacie del network di Apoteca Natura che aderiscono al modello Benefit, adottano formalmente le tre finalità specifiche di beneficio comune condivise nelle seguenti aree di impatto:

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

Le farmacie che aderiscono al Modello Benefit possono aggiungere delle finalità specifiche di beneficio comune addizionali per esprimere e valorizzare eventuali altre vocazioni individuali.

COSA SONO LE 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 (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 dalla Farmacia Antonio Colutta è il B Impact Assessment (<http://bimpactassessment.net/>). La misura dell'impatto si traduce in un numero su una scala di valori da 0-200 punti che viene validato dall'ente certificatore B Lab. Le SB, 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.

La gestione delle società benefit 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, per cui oltre a rappresentare un valore per la società, non causano aggravii per i contribuenti. Come Società Benefit siamo tenuti a redigere ogni anno una **relazione d'impatto** che delinea i progressi rispetto agli obiettivi specifici inclusi nello statuto e comunichi i target per il nuovo anno.

Capitolo 3

IL NUOVO STATUTO DELLA FARMACIA ANTONIO COLUTTA

In qualità di Società Benefit, la società intende perseguire più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territorio, ambiente e altri portatori di interesse. I principi guida nell'erogazione dei servizi alla persona sono: uguaglianza, imparzialità, continuità e partecipazione.

Abbiamo inserito nel nostro statuto alcune specifiche finalità di beneficio comune, che intendiamo perseguire nell'esercizio dell'attività economica di impresa. Nelle pagine seguenti vi illustriamo come intendiamo perseguirle.

STATUTO FARMACIA ANTONIO COLUTTA ART. 3

La società ha per oggetto le seguenti specifiche finalità di beneficio comune che sono perseguite, nell'esercizio dell'attività economica aziendale, attraverso lo svolgimento di attività il cui obiettivo è quello di **generare un misurabile valore sociale nel pubblico interesse** e di creare le premesse per il **mantenimento di risultati economici soddisfacenti**:

1. L'impegno a giocare un ruolo concreto per lo sviluppo di un **nuovo modello di farmacia basato sulla persona** e sul ruolo delle aziende per produrre un **impatto positivo sulla società e l'ambiente**.
2. La **promozione di percorsi di salute consapevole** per le persone attraverso attività di educazione e prevenzione. Questo potrà comprendere l'offerta di servizi di autodiagnosi e attività di miglioramento degli stili di vita con considerazione allargata dei fattori ambientali e sociali.
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 o che provengano da aziende che abbiano adottato standard evoluti come il modello benefit.
4. L'impegno a rendere la farmacia un **punto di riferimento per la mediazione e l'integrazione culturale** anche attraverso la promozione di servizi di informazione di carattere sanitario mirata al riconoscimento della diversità di ciascun individuo per rispondere all'evoluzione delle esigenze sanitarie in un contesto sempre più globalizzato e multiculturale.

Capitolo 4

LA PRIMA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: DIFFUSIONE DEL MODELLO BENEFIT

La Farmacia Antonio Colutta si impegna a giocare un ruolo concreto per lo sviluppo di un nuovo modello di farmacia basato sulla persona e sul ruolo delle aziende per produrre un impatto positivo sulla società e l'ambiente.

Riteniamo che per tutte le aziende di oggi, soprattutto se vocate alla promozione di un servizio sociale fondamentale come quello delle farmacie, abbiano la responsabilità di promuovere un modello che vada oltre la ricerca del solo profitto, ma includano il raggiungimento di valori di bene comune che nel modello benefit sono resi espliciti nello statuto aziendale.

OBIETTIVI 2019

AZIONI	KPI
Distribuzione di almeno 200 copie un leaflet informativo sul Modello Benefit che include un estratto della relazione di impatto	n° copie distribuite
Tutto il personale della farmacia è formato sul Modello Benefit attraverso gli strumenti messi a disposizione da Apoteca Natura	% personale formato
Evento di presentazione ai media	erogazione evento

OBIETTIVI RAGGIUNTI 2019

- Sono state **distribuite 50 copie del Bilancio sociale 2017-2018** (redazione settembre 2019) poiché non ancora pronti i leaflet informativi sulle società benefit.
- **100% personale formato sulla benefit** attraverso riunioni mensili.
- **L'evento di presentazione ai media è stato organizzato il 2 Luglio 2019** presso la **CCIAA di Udine**. Di seguito le testate presenti: Messaggero Veneto, Telefriuli, Udinetoday, Udinese tv. Presente anche l'Assessore alla Cultura del Comune di Udine, Il Presidente CCIAA Da Pozzo in rappresentanza della Camera di Commercio.

Di seguito i link sulle testate giornalistiche:

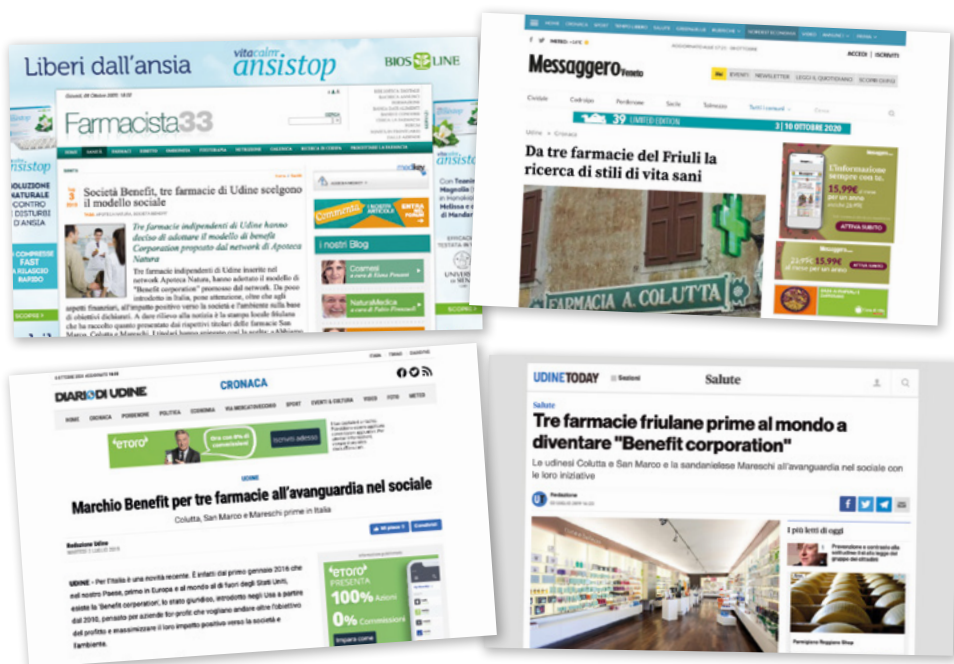
<http://www.farmacista33.it/societa-benefit-tre-farmacie-di-udine-scelgono-il-modello-sociale/politica-e-sanita/news--48811.html>

<http://www.udinetoday.it/salute/farmacie-udinesi-avanguardia-sociale.html>

<https://udine.diariodelweb.it/udine/articolo/?nid=20190702-541361>

<https://messaggeroveneto.gelocal.it/udine/cronaca/2019/07/03/news/da-tre-farmacie-del-friuli-la-ricerca-di-stili-di-vita-sani-1.36633617>

- Partecipazione come **case study presso il Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università di Udine** il giorno 5 Dicembre (slide della lezione a disposizione).



Capitolo 5

LA SECONDA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: PREVENZIONE ED EDUCAZIONE PER UNA SALUTE CONSAPEVOLE

La Farmacia Antonio Colutta promuove percorsi di salute consapevole per le persone attraverso attività di educazione e prevenzione. Questo potrà comprendere l'offerta di servizi di autodiagnosi e attività di miglioramento degli stili di vita con considerazione allargata dei fattori ambientali e sociali.

Conoscenza e consapevolezza sono il primo passo, irrinunciabile, per prendersi cura della propria salute. Per questo abbiamo aderito al progetto di Apoteca Natura e investiamo nella formazione continua dei nostri Farmacisti, attiviamo campagne di prevenzione, organizziamo manifestazioni ed eventi rivolti al pubblico.

OBIETTIVI 2019

AZIONI	KPI
Organizzazione di almeno una passeggiata della salute coordinata dai farmacisti sul territorio comunale con l'obiettivo di educare sul legame tra movimento e salute.	n° passeggiate della salute
Sviluppo di almeno 2 campagne di sensibilizzazione e prevenzione Apoteca Natura - in particolare partecipazione alla campagna 'movimento e peso' e alla campagna nazionale di prevenzione cardiovascolare 'Ci sta a cuore il tuo cuore'	n° campagne

Sviluppo e distribuzione di opuscoli informativi su 9 esigenze di salute Apoteca Natura e 3 temi sviluppati direttamente da noi su: medicina prevenzione viaggi, screening osteoporosi, corretta nutrizione in stati patologici	n° temi
Organizzazione di 2 incontri di educazione ambientale e sanitaria nelle scuole in collaborazione con la Scuola Media Alessandro Manzoni di Udine	n° incontri

RISULTATI 2019

- È stata organizzata una **Passeggiata della Salute** presso il Parco Moretti assieme alla Farmacia San Marco benessere (altra società benefit appartenente al network Apoteca natura) e con la collaborazione di un'insegnante di yoga deputata all'attività di "Risveglio muscolare". Alla Passeggiata hanno partecipato una ventina di persone, tra cui gli associati di "50&+" sistema associativo e di servizi impegnato in tutto ciò che può migliorare la qualità di vita degli anziani (sono tutti over70) impegnandosi nella loro valorizzazione e integrazione nel tessuto sociale civile.
- La prima Campagna di prevenzione **"Bilancia la tua salute"** è stata effettuata nel mese di Maggio con prolungamento fino a metà giugno, in collaborazione con una professionista nutrizionista, che ha promosso la "Guida Alimentare" di Apoteca Natura; un sistema pratico, innovativo ed efficace per controllare la propria alimentazione migliorando la propria salute attraverso il facile utilizzo della App MyApoteca. La Guida è stata strutturata insieme a SIMG (Società italiana Medici di Medicina Generale e delle cure Primarie) e AIDAP (Associazione Italiana Disturbi dell'Alimentazione e del Peso). Sono stati effettuati n. 10 di test e di sei incontri con la Nutrizionista (uno per settimana).
- La seconda Campagna di prevenzione **"Ci sta a cuore il tuo cuore"** è stata effettuata nel mese di Ottobre e prolungata fino a metà Novembre. In questa occasione sono stati effettuati n. 50 test di prevenzione cardio oltre alla misurazione della pressione con dispositivi a rilevazione AFIB (Fibrillazione Atriale) e la misurazione sempre gratuita del colesterolo totale. A Febbraio 2020 c'è stato il richiamo per il test di controllo.
- Per quanto concerne la **diffusione di opuscoli a tema medicina dei viaggi**, screening osteoporosi e brochure a supporto del consiglio firmato Apoteca Natura, sono stati distribuiti circa 8000 opuscoli in tutto l'anno.
- Sono stati organizzati tre incontri con diverse classi della Scuole Media "A. Manzoni" per sensibilizzare i ragazzi sul tema **Ambiente e Inquinamento**. Sono stati effettuati in Farmacia con un'attiva partecipazione dei ragazzi.
- Per la parte culturale, invece, abbiamo partecipato anche quest'anno all'evento dell'Università degli Studi di Udine **"Conoscenza in Festa - Le Botteghe del Sapere"** fornendo lo spazio della farmacia antica come luogo di incontro volto alla conoscenza scientifica. Il tema dell'incontro è stato "Le piante officinali: dalle preparazioni degli antichi speciali ai nuovi alimenti-farmaco" a cura della Dott.ssa Da Porto.

Capitolo 6

LA TERZA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI NATURALI, SICURI ED EFFICACI

La Farmacia Antonio Colutta si impegna a diffondere, valorizzare e promuovere l'uso di prodotti naturali scientificamente avanzati, sicuri per l'organismo e l'ambiente e allo stesso tempo efficaci o che provengano da aziende che abbiano adottato standard evoluti come il modello benefit.

Crediamo che tutti dovrebbero avere la possibilità di scegliere le migliori soluzioni di salute disponibili oggi sul mercato. Per questo, vogliamo valorizzare con i nostri pazienti le recenti scoperte scientifiche sui prodotti naturali e il loro valore per la salute e la sicurezza e promuovere i prodotti di aziende migliori per l'ambiente e le persone.

OBIETTIVI 2019

AZIONI	KPI
Condivisione di tutte le campagne di promozione prodotti naturali di Apoteca Natura	n° campagne
Tutto il personale di farmacia partecipa ai corsi di formazione offerti da Apoteca Natura sul valore dei complessi molecolari naturali nella prevenzione e cura: <ul style="list-style-type: none">- corsi webinar all'interno del portale di Apoteca Natura- corsi sul territorio	% personale n° corsi

Visibilità in farmacia dei prodotti validati dal network che aderiscono al disciplinare Apoteca Natura: share dei prodotti naturali superiore alla media di mercato	share dei prodotti naturali
---	-----------------------------

RISULTATI 2019

- Come già riportato nel paragrafo precedente, abbiamo condiviso le due Campagne Nazionali Apoteca Natura: a Maggio-Giugno “Bilancia la tua salute” e a Ottobre- Novembre “ Ci sta a cuore il tuo cuore”.
- Il 100% del personale qualificato ha partecipato ai corsi messi a disposizione sulla piattaforma di Apoteca Natura o sul territorio. Nel complesso sono stati effettuati 810 crediti che corrisponde al +60% sul 2018.
- I prodotti Apoteca Natura hanno un posto privilegiato nell’esposizione e sono oltretutto valorizzati su più scaffali all’interno della farmacia questo ha permesso un valore di sell-out migliore dell’anno precedente (Gruppo Aboca +6.9%).

LA QUARTA FINALITÀ SPECIFICA DI BENEFICIO COMUNE: VALORIZZAZIONE DELLA DIVERSITÀ INDIVIDUALE

La Farmacia Antonio Colutta si impegna a rendere la farmacia un punto di riferimento per la mediazione e l'integrazione culturale anche attraverso la promozione di servizi di informazione di carattere sanitario mirata al riconoscimento della diversità di ciascun individuo per rispondere all'evoluzione delle esigenze sanitarie in un contesto sempre più globalizzato e multiculturale.

In un contesto complesso e in continua evoluzione come quello attuale, vogliamo diventare punto di riferimento per facilitare l'accesso alle soluzioni migliori per le specificità di ciascuno.

OBIETTIVI 2019

AZIONI	KPI
5 incontri per i cittadini con focus su vaccinazioni e farmaci consigliati nei diversi paesi /continenti	n° partecipanti / n° incontri
Formazione del personale e collaborazione con i medici per la diffusione di nuovi approcci terapeutici	n° corsi
Implementazione dell'attività del laboratorio galenico attraverso la formazione degli addetti per fornire una risposta con consigli personalizzati	n° corsi

RISULTATI 2019

- Per quanto concerne la Medicina dei viaggi, sono stati effettuati sei incontri, con cadenza bimestrale, con un numero di partecipanti che è variato da dieci a venti persone presso la farmacia antica. Ogni incontro è stato suddiviso in due parti: la prima attraverso l'analisi geopolitica del Paese e la seconda attraverso una dettagliata analisi della situazione igienico-sanitaria e conseguenti buone norme per viaggiare in totale sicurezza. Sono stati presentati in collaborazione con il Dipartimento prevenzione Malattie Infettive, Vaccinazioni e Viaggi Internazionali della ASL Friuli Centrale che ci ha permesso di formare il Personale attraverso un corso mirato di formazione in medicina dei viaggi e l'Agenzia turistica Spadaviaggi deputata all'introduzione geopolitica del Paese. Nello specifico sono stati trattati: l'Australia, il Giappone, l'Indonesia, l'India, il Sudafrica e il Kenya.
- Il laboratorio galenico ha chiuso l'anno con +6.4% rispetto al 2018 . Questo perché abbiamo investito in formazione e attrezzature per migliorare sempre di più la qualità e la personalizzazione dei trattamenti. Sono stati seguiti 10 di corsi di formazione su argomenti attinenti la galenica.

Capitolo 8

MISURA DELL'IMPATTO

Di seguito l'impatto complessivo di Farmacia Antonio Colutta riferito all'anno 2019 - valutazione di sintesi ottenuta utilizzando lo standard internazionale B Impact Assessment della non profit B Lab.



OBIETTIVI 2020

La Farmacia Antonio Colutta si impegna a rendere la farmacia un punto di riferimento per la mediazione e l'integrazione culturale anche attraverso la promozione di servizi di informazione di carattere sanitario mirata al riconoscimento della diversità di ciascun individuo per rispondere all'evoluzione delle esigenze sanitarie in un contesto sempre più globalizzato e multiculturale.

Per l'anno 2020 ci siamo ripromessi di migliorare il nostro punteggio BIA assessment di almeno 10 punti. Ci impegneremo in diversi progetti benefit assieme a Nativa, nello specifico nella salvaguardia dell'**ambiente** (es. zero emissioni CO2 entro il 2030, utilizzo di energia 100% fonti rinnovabili);

Inoltre per implementare la partecipazione al progetto Benefit abbiamo inserito come obiettivo annuale per il welfare aziendale, la realizzazione di un progetto benefit a scelta del collaboratore.

Come azienda ci riproponiamo di migliorare sempre di più le condizioni di lavoro delle nostre **collaboratrici** e ci impegniamo a supportare progetti sul territorio che aiutino categorie svantaggiate e l'ambiente.

Per quanto riguarda la **cultura** invece, ci impegniamo ad aprire un piccolo Museo della Farmacia nella parte antica, per celebrare il centenario dall'apertura della stessa.

Riguardo invece al nostro impegno nei confronti della **comunità**, ci proponiamo di continuare se non aumentare gli incontri in farmacia con le classi delle scuole per sensibilizzare i ragazzi sui temi ambientali.

Continuerà anche il nostro impegno nel fornire a più persone possibili, tutti i servizi di prevenzione della farmacia (i test permanenti Apoteca Natura, test intolleranze alimentari e servizi di telemedicina, analisi del sangue di prima istanza).

Continuerà anche la medicina dei viaggi: abbiamo stipulato una convenzione con diverse agenzie di viaggio affinché si possa dare un servizio di consulenza a chi deve partire sulla salute in viaggio e sulla situazione sanitaria del paese ospitante.

N.B La presente relazione d'impatto presenta gli obiettivi raggiunti nel 2019 e ne individua di nuovi per il 2020. Tuttavia, a causa della situazione d'emergenza COVID 19 che stiamo vivendo ci impediscono di prevedere l'evolversi della situazione e quante delle attività preventivate saremo in grado di portare a termine.

Nella piena trasparenza di tale informazione, rinnoviamo, comunque, il nostro impegno a proseguire secondo la direzione dichiarata.

