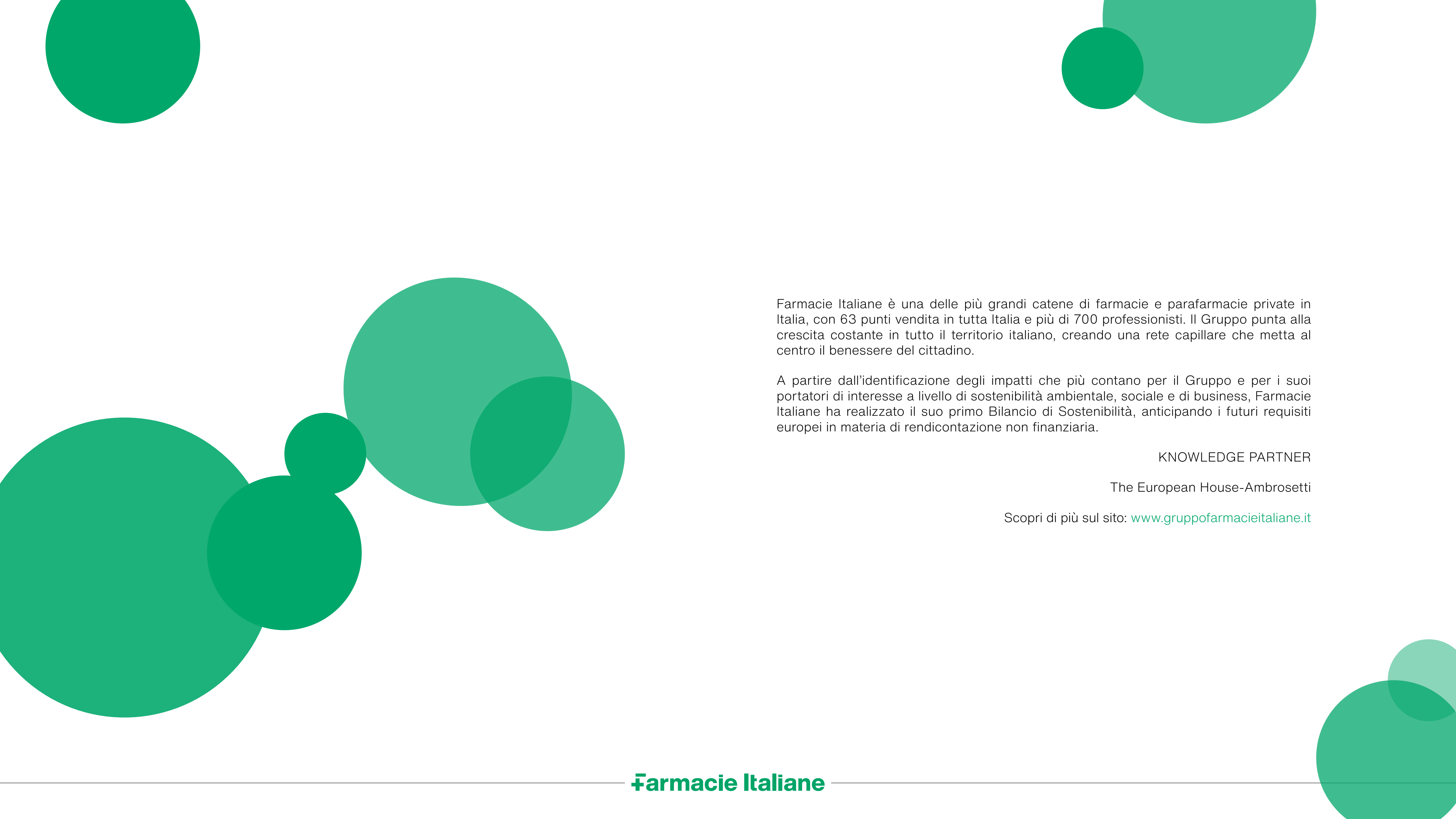




B I L A
N C I O
S O S T E N I
B I L I T À

2 0 2 2





Farmacie Italiane è una delle più grandi catene di farmacie e parafarmacie private in Italia, con 63 punti vendita in tutta Italia e più di 700 professionisti. Il Gruppo punta alla crescita costante in tutto il territorio italiano, creando una rete capillare che metta al centro il benessere del cittadino.

A partire dall'identificazione degli impatti che più contano per il Gruppo e per i suoi portatori di interesse a livello di sostenibilità ambientale, sociale e di business, Farmacie Italiane ha realizzato il suo primo Bilancio di Sostenibilità, anticipando i futuri requisiti europei in materia di rendicontazione non finanziaria.

KNOWLEDGE PARTNER

The European House-Ambrosetti

Scopri di più sul sito: www.grupprofarmacieitaliane.it

INDICE

001

MESSAGGIO
DI APERTURA

La logistica di Farmacie Italiane 23

002

FARMACIE
ITALIANE:
LA FARMACIA
DEGLI ITALIANI

Chi siamo 5
Missione e valori di Farmacie Italiane 6
La governance di Farmacie Italiane 8
Il valore generato e distribuito 9
Il percorso di sostenibilità 10

003

LE SFIDE
DEL SETTORE
DEL RETAIL
FARMACEUTICO

Lo sviluppo professionale 28
Lo sviluppo delle competenze 29

004

LA FARMACIA
PER IL
TERRITORIO

Farmacia dei servizi 17
Aderenza terapeutica 18
Farmacia Loreto Charity 18

005

EDUCAZIONE
AL FARMACO
E MARKETING
RESPONSABILE

Educazione al farmaco e qualità della vita 19
Centralità del cliente e marketing responsabile 20

006

DIGITALIZZAZIONE,
RICERCA E
INNOVAZIONE

Soluzioni smart e su misura del paziente 21
Digitalizzazione dei processi interni 22

007

IMPATTO
AMBIENTALE
DELLE
SPEDIZIONI

La logistica di Farmacie Italiane 23

008

ENGAGEMENT
E BENESSERE
INTERNO

La squadra di Farmacie Italiane 25
L'ascolto dei dipendenti 27
Salute e sicurezza sul lavoro 27

009

SVILUPPO E
FORMAZIONE
FARMACISTA

Lo sviluppo professionale 28
Lo sviluppo delle competenze 29

010

NOTA
METODOLOGICA

011

INDICE DEI
CONTENUTI
GRI

MESSAGGIO DI APERTURA

C A R I S S I M E E C A R I S S I M I



Il 2022 è stato per Farmacie Italiane un anno di traguardi in molti ambiti, **un anno di ripresa** e rinascita dopo la crisi sanitaria che ha segnato il mondo: la pandemia ha lasciato sicuramente un segno indelebile ma ci ha anche offerto l'opportunità di ripensare i nostri modelli di business e di crescita.

In particolare, **il settore del retail farmaceutico e parafarmaceutico sta assistendo ad una evoluzione significativa** con l'affermazione del modello della **Farmacie dei Servizi**. È infatti emersa con forza l'importanza di trasformare le farmacie in veri e propri presidi sanitari radicati nel territorio, in grado di rispondere alla crescente domanda di cura delle persone. Questa trasformazione è cruciale non solo per alleggerire il peso del Servizio Sanitario Nazionale, ma anche per soddisfare le esigenze dei pazienti cronici, in costante aumento anche a causa dell'invecchiamento della popolazione, attraverso lo sviluppo di servizi sempre più capillari.

Nel perseguire questi obiettivi, in Farmacie Italiane abbiamo puntato su ciò che ci contraddistingue, ovvero sul nostro **costante orientamento all'innovazione**.

Le nostre principali leve sono state **l'innovazione digitale, la ricerca e lo sviluppo e la gestione intelligente dei dati, il tutto guidato da approccio strategico all'omnicanalità**.

Abbiamo infatti investito nell'**integrazione sinergica dei nostri canali fisici e digitali** per offrire un'esperienza unificata a tutti i nostri clienti, garantendo servizi personalizzati e di qualità. Inoltre, ci siamo impegnati nel creare un **ecosistema aziendale sempre più unito**: le nostre persone sono l'asset più importante che abbiamo e garantire loro un ambiente di lavoro positivo, in grado di favorire la collaborazione e la partecipazione attiva, è per noi l'unica strategia vincente.

È in questo contesto di continuo miglioramento che siamo fieri di presentarvi il **primo Bilancio di Sostenibilità** di Farmacie Italiane: un resoconto dei progressi compiuti fino ad oggi che rappresenta il primo passo del nostro cammino verso un approccio sempre più responsabile e consapevole.

Guardiamo al futuro con determinazione, determinati a creare un ambiente coeso e orientato alla sostenibilità. Siamo consapevoli che solo lavorando insieme, con un impegno costante e una visione condivisa, potremo realizzare il nostro obiettivo di promuovere la salute e il benessere delle persone, svolgendo il nostro business responsabilmente e, allo stesso tempo, contribuendo all'evoluzione del Sistema Sanitario del nostro Paese.

Buona lettura

Umberto Gallo

FARMACIE ITALIANE: LA FARMACIA DEGLI ITALIANI

CHI SIAMO

Farmacie Italiane è una delle principali catene di farmacie e parafarmacie private in Italia e può contare su oltre 63 punti vendita e di più di 700 professionisti che contribuiscono con passione e competenza alla costante crescita del network.

Il Gruppo opera esclusivamente in Italia e svolge anche attività di commercio e distribuzione all'ingrosso e al dettaglio di prodotti chimici e farmaceutici, nonché parafarmaceutici.

Fondata con l'obiettivo di creare una rete capillare su tutto il territorio italiano, Farmacie Italiane si impegna a offrire una vasta gamma di servizi e a promuovere una stretta collaborazione tra medico, farmacista e cliente.



-  49 farmacie
-  14 parafarmacie
-  1 piattaforma e-commerce

63
FARMACIE E PARAFARMACIE
SUL TERRITORIO

230 mln
FATTURATO RETAIL

58 mln
FATTURATO ONLINE

4,2 mln
FATTURATO MEDIO FARMACIE

19,80€
SCONTRINO MEDIO

32,00€
SCONTRINO MEDIO
CON CARTA FEDELTA'

13 mln
VISITE MENSILI SITO

+4000
ORDINI AL GIORNO

1.100.000
UTENTI NEL DATABASE
ONLINE E OFFLINE

MISSIONE E VALORI DI FARMACIE ITALIANE

MISSION

*Rappresentare un **presidio di salute a disposizione del territorio e dei cittadini**, offrendo assistenza in termini di accesso ai servizi del Servizio Sanitario Nazionale (SSN), prevenzione e informazione sanitaria, mettendo il cittadino al centro della relazione tra benessere e mercato.*

VALORI

LEGALITÀ, LEALTÀ E CORRETTEZZA

Ci impegniamo a rispettare le leggi e ad adottare uno standard etico elevato per tutelare i nostri clienti e la collettività.

TRASPARENZA

Agiamo con massima trasparenza nelle transazioni e nei rapporti con gli Stakeholder, garantendo informazioni accurate e trasparenti.

RISERVATEZZA

Agiamo con riservatezza e garantiamo un utilizzo responsabile dei dati e delle informazioni riservate.

RISPETTO E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE

Provvediamo ad un ambiente di lavoro inclusivo, con opportunità di sviluppo professionale e agiamo sempre nel rispetto e nella valorizzazione dei dipendenti.

TUTELA DELLA SALUTE E SICUREZZA

Garantiamo un ambiente di lavoro sicuro e adottiamo misure appropriate per prevenire incidenti e lesioni sul lavoro.

INTEGRITÀ

Seguiamo principi etici elevati e ci comportiamo in modo onesto, etico e responsabile in tutte le attività e nelle relazioni commerciali.

PROFESSIONALITÀ

Conduciamo le nostre attività in conformità agli standard e alle competenze professionali riconosciute nel settore.

TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Rispettiamo i diritti di proprietà intellettuale di terzi e proteggiamo le nostre innovazioni e creatività.

PREVENZIONE DEL CONFLITTO DI INTERESSI

Agiamo per perseguire gli obiettivi e gli interessi generali del Gruppo, evitando che interessi personali prevalgano su quelli aziendali.

LIBERTÀ E DOVERE DI SEGNALAZIONE

Garantiamo ai dipendenti la libertà di segnalare comportamenti non conformi e assicuriamo che i canali informativi del Gruppo siano utilizzati correttamente per la raccolta di tali segnalazioni.

I SERVIZI DI FARMACIE ITALIANE

Farmacie Italiane mette a disposizione dei suoi clienti una serie di **servizi convenzionali e innovativi**, tra cui la consegna a domicilio gratuita dei farmaci, la telemedicina e le consulenze personalizzate di dermocosmesi. Inoltre, le farmacie di Farmacie Italiane sono abilitate ad accettare e gestire ricette elettroniche, semplificando il processo di acquisto di farmaci e la prenotazione di servizi come tamponi e vaccinazioni Covid-19.

IL SERVIZIO DI E-COMMERCE

Farmacie italiane può contare anche sul servizio di **e-commerce di FarmaciaLoreto.it** che da oltre 20 anni si dedica ai bisogni di salute, benessere e bellezza, portando la farmacia direttamente a casa dei cittadini.

Farmacia Loreto ha consolidato la sua presenza online come una delle principali destinazioni per gli acquisti di prodotti per la salute, il benessere e la bellezza. Il suo vasto assortimento di prodotti, la competenza del suo staff e l'attenzione al servizio clienti ne fanno una scelta affidabile per chi cerca una farmacia online di qualità.



LA GOVERNANCE DI FARMACIE ITALIANE

Costituita nel 2018, **Farmacie Italiane è la holding di un Gruppo composto da un'aggregazione di imprese societarie giuridicamente autonome e indipendenti** e ha quale oggetto sociale la gestione di partecipazioni di società aventi ad oggetto, nei limiti previsti dalla normativa vigente, l'attività farmaceutica e parafarmaceutica ed in particolare il commercio all'ingrosso e al dettaglio di tutti i prodotti farmaceutici e/o medicinali di qualsiasi natura nonché l'attività di distribuzione farmaceutica all'ingrosso, la vendita all'ingrosso e al dettaglio nonché infine l'erogazione di servizi a terzi comunque inerenti ivi incluso il servizio di assistenza domiciliare integrata. Nel corso degli anni, **il Gruppo ha progressivamente ampliato la rete di controllate, consolidando la propria presenza nelle principali città italiane.**

Le controllate appartenenti al Gruppo hanno come obiettivo esclusivo la titolarità, proprietà e gestione di farmacie, sia private che comunali e pubbliche.

Ciascuna controllata costituisce un autonomo centro di commercializzazione e di promozione al dettaglio e dei prodotti, pur rimanendo nell'ambito di una attività di coordinamento strategico e di indirizzo unitario da parte della controllante, nei rispettivi comparti territoriali di competenza.

Il Gruppo è controllato al 71,96% da F2i SGR, il maggiore gestore indipendente italiano di fondi infrastrutturali, con asset under management per oltre 7 miliardi di euro.

La Società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da sette membri investito della gestione straordinaria e ordinaria, con un ruolo chiave nelle funzioni di indirizzo strategico del business e di coordinamento della struttura organizzativa. Il Collegio Sindacale, invece, è composto da tre membri effettivi e due membri supplenti ed è l'organo di controllo. I sindaci restano in carica per tre anni e sono rieleggibili.

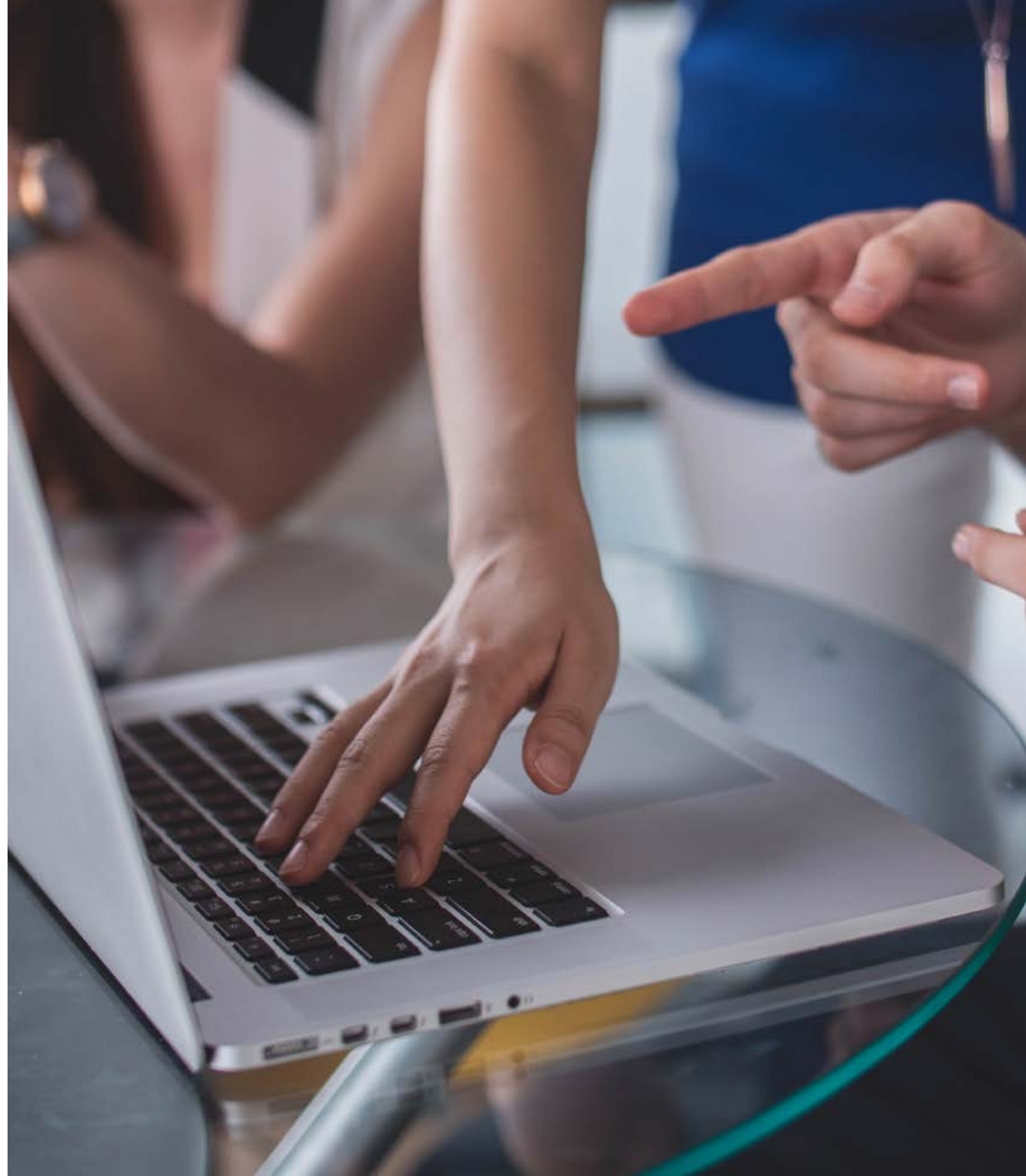
Membri	Ruolo
Consiglio di Amministrazione	
Rita Ciccone	Presidente
Vincenzo Crimi	Vice Presidente
Umberto Gallo	Amministratore Delegato
Rosaria Calabrese	Consigliere
Carlo Michelini	Consigliere
Antonino Parisi	Consigliere
Cecilia Todarello	Consigliere
Collegio Sindacale	
Flaviano Maria Ciarla	Presidente
Paola Giovannuzzi	Sindaco Effettivo
Matteo Robustelli	Sindaco Effettivo
Jelka Sagnotti	Sindaco Supplente
Giovanni Grazzini	Sindaco Supplente

La Società, nell'ambito della più ampia politica aziendale e di cultura etica e ad integrazione e completamento del sistema dei controlli interni, **ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo elaborato ai sensi del D.Lgs. 231/2001 ("Modello")** che rappresenta il sistema di regole e principi comportamentali che disciplinano l'attività della Società, nonché gli ulteriori elementi di controllo di cui quest'ultima si è dotata al fine di prevenire i reati e gli illeciti amministrativi per i quali trova applicazione il Decreto, nel rispetto della *governance* societaria e del sistema di attribuzione di funzioni e di deleghe di poteri.

Tale iniziativa, unitamente all'istituzione dell'Organismo di Vigilanza, rappresenta evidentemente un valido strumento di sensibilizzazione nei confronti di tutti coloro che operano in nome e per conto della Società (o sotto la direzione e vigilanza di quest'ultima), affinché tengano comportamenti corretti e lineari nell'espletamento delle proprie attività, tali da prevenire il rischio di commissione dei reati previsti dal Decreto.

Quale parte integrante del Modello, l'Azienda ha altresì adottato un **Codice Etico** che riassume la missione e i valori sui quali si fondano l'identità e la cultura aziendale a cui la Società intende uniformare la gestione delle proprie attività, traducendoli in norme di comportamento per tutti i dipendenti e per tutti coloro che lavorano con e per Farmacie Italiane. Il Codice Etico, approvato dal CdA, rappresenta un impegno di responsabilità nei confronti del Gruppo e di tutte le persone con cui l'Azienda opera e interagisce, come i suoi clienti, i fornitori e la comunità.

Sull'efficacia, il funzionamento, l'aggiornamento e il rispetto del Modello vigila l'Organismo di Vigilanza, con autonomi poteri di iniziativa e controllo. Eventuali violazioni del Codice Etico e dei principi e valori a cui il Gruppo aderisce possono essere segnalate all'**Organismo di Vigilanza** attraverso canali dedicati di whistleblowing che garantiscono la riservatezza e facilitano il flusso informativo.



VALORE GENERATO E DISTRIBUITO

Nel 2020, l'emergenza pandemica ha avuto un impatto negativo sui ricavi delle farmacie e parafarmacie situate in luoghi ad alto afflusso turistico, come centri commerciali e aeroporti, a causa delle chiusure al pubblico, ma la continuità aziendale non è stata compromessa.

Anche nel 2021, la crisi sanitaria ha portato a un peggioramento della situazione macroeconomica globale a causa delle continue mutazioni del virus, continuando a influenzare negativamente l'attività commerciale del Gruppo.

Tuttavia, nel 2022 il Gruppo ha proseguito con successo il programma di acquisizioni finalizzato all'espansione del perimetro delle farmacie e ha rafforzato la propria presenza nelle città di Napoli e Roma.

Nel 2022 Farmacie Italiane ha generato un valore economico complessivo pari a circa €242 milioni, di cui l'89,4% è stato redistribuito lungo la propria catena del valore e, in particolare, tra i propri fornitori (85,2%), dipendenti (12,6%), ai fornitori di capitale (4,3%) e alla Pubblica Amministrazione (4,2%).

[€]	2022	2021	2020
Ricavi delle vendite	234.814.873	173.631.030	135.362.966
Patrimonio netto	16.103.816	51.124.663	99.567.472
Utile netto di esercizio	-34.173.766	-73.151.542	-21.427.688

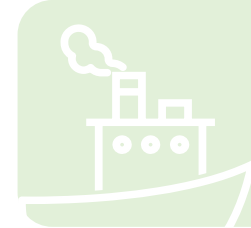
Valore economico direttamente generato e distribuito (migliaia di €)	2022		2021		2020	
Valore economico generato	242.363	100%	182.959	100%	140.090	100%
Valore economico distribuito	216.650	89,4%	148.723	81,3%	132.885	94,9%
Fornitori	206.559	85,2%	161.206	88,1%	125.193	89,4%
Valore distribuito ai dipendenti	30.549	12,6%	21.855	11,9%	18.519	13,2%
Valore distribuito ai fornitori di capitale	-10.474	-4,3%	-7.650	-4,2%	-5.885	-4,2%
Valore distribuito alla PA	-9.983	-4,2%	-26.687	-14,6%	-4.941	-3,5%
Valore economico trattenuto	25.713	10,6%	34.236	18,7%	7.205	5,1%

PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

Con il primo Bilancio di Sostenibilità, redatto secondo i GRI Standard 2021, gli standard di reporting più riconosciuti al mondo, Farmacie Italiane intende **fornire in modo trasparente ai propri stakeholder** non solo le **informazioni generali**, utili a comprendere le caratteristiche chiave del Gruppo, ma anche quelle **specifiche relative agli impatti ambientali, economici e sociali più significativi**.

In linea con le indicazioni degli Standard GRI 2021, **Farmacie Italiane** ha condotto un'analisi dei **temi più rilevanti in ambito economico, ambientale e sociale** concentrandosi sugli impatti attuali e potenziali, positivi e negativi connessi alle diverse attività e relazioni di business lungo tutta la propria **catena del valore**.

LA CATENA DEL VALORE DI FARMACIE ITALIANE



Approvvigionamento e distribuzione



Vendita



Consumo



End of life



Spedizione

Da un elenco di **15 temi rilevanti**, sono stati identificati **7 temi materiali** su cui concentrare il proprio impegno e le proprie risorse. L'analisi di materialità si è articolata in 5 fasi:

1

Analisi di contesto sui trend del settore in cui Farmacie Italiane opera, a livello globale, nazionale e locale attraverso fonti bibliografiche e articoli di settore.

2

Mappatura degli impatti connessi al settore e alle attività di Farmacie Italiane lungo l'intera catena del valore, includendo sia gli impatti generati sia quelli subiti.

3

Valutazione tecnica degli impatti mappati per misurarne la significatività sulla base di portata, perimetro, irrimediabilità e probabilità di verificarsi, e prioritizzazione degli impatti più significativi

4

Condivisione e votazione da parte di un gruppo di stakeholder selezionati in base alle loro conoscenze di settore e dell'Azienda.

5






Definizione della soglia di materialità attraverso un processo di dialogo con le prime linee del Management

I temi rilevanti sono stati il risultato di un **incontro organizzato da Farmacie Italiane con 16 persone di diverse categorie di stakeholder del Gruppo**. Ciascuno, grazie al suo bagaglio di esperienze, competenze, valori e relazioni, ha fornito un contributo unico **arricchendo il punto di vista** dell’Azienda e aiutando a identificare le principali sfide e opportunità di sostenibilità legate al contesto in cui il Gruppo opera, attraverso il confronto con prospettive e opinioni diverse.

Gli stakeholders coinvolti:

Alessia Amore Amici ETS	Giuseppe Angeloni Intesa Sanpaolo	Nicola Barotti Alfasigma	Marianna Chillau 4e-com	Mila De Iure Direttore Assoram	Lorenzo De Sanctis Farmacie Italiane	Samantha Fornasa DHL	Guido Greco Oracle	Gianluca Ianni CEF
Adele Imperiale Farmacie Italiane	Roberto Liscia Consorzio Netcomm	Ercole Paglione Alfasigma	Maria Grazia Persico Assolombarda	Pierluigi Petrone Assoram	Alfredo Procaccini Federfarma	Davide Reale Farmacie Italiane	Igor Venanzoni Salesforce	

LA CATENA DEL VALORE DI FARMACIE ITALIANE

Temi						
1	Digitalizzazione dell'healthcare, ricerca e innovazione					
2	Sviluppo e formazione del Farmacista					
3	La farmacia per il territorio					
4	Engagement e benessere interno					
5	Centralità del cliente e marketing responsabile					
6	Impatto ambientale delle spedizioni					
7	Educazione al farmaco e qualità della vita					
8	Qualità e sicurezza di prodotti e servizi					
9	Diversità, equità e inclusione					
10	Aderenza terapeutica e accesso al farmaco					
11	Approvvigionamento e allestimenti sostenibili					
12	Attrattività e retention dei talenti					
13	Consumi energetici delle farmacie					
14	Privacy e sicurezza dei dati					
15	Rifiuti e circolarità					

LE SFIDE DEL RETAIL DEL SETTORE FARMACEUTICO

La quota di cittadini europei affetti da problemi di salute cronici

(OCSE/UE, 2022)

42.6%

La quota di cittadini europei che ritiene che i farmacisti siano tra le fonti più attendibili quando si parla di salute

(STADA, 2022)

57%

I cittadini che hanno rinunciato a visite ed esami specialistici per problemi di liste d'attesa nel 2022

(Istat, 2022)

2 mln

AUMENTO DELLE MALATTIE CRONICHE E DIFFUSIONE DI VIRUS: L'IMPATTO DELL'INQUINAMENTO E DEGLI STILI DI VITA

La diffusione di malattie croniche correlate a fattori socio-ambientali come l'invecchiamento della popolazione, l'inquinamento e uno stile di vita sempre più sedentario, sta facendo crescere l'attenzione verso la salute a livello globale¹. In Europa, le malattie croniche non trasmissibili sono responsabili dell'86% delle morti e del 77% degli anni di vita in buona salute persi². Secondo Eurostat, nel corso degli ultimi dieci anni la percentuale di cittadini europei affetti da problemi di salute cronici è aumentata dal 36,3% al 42,6%, con un impatto finanziario significativo.

La spesa sanitaria per la gestione delle cronicità rappresenta il 70-80% della spesa sanitaria totale dell'UE (circa 700 miliardi di € all'anno) mentre, in Italia, ha raggiunto i 67 miliardi di euro, circa il 55%³.

Anche l'impatto dei danni ambientali sulla salute umana è significativo: l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) stima che, a livello globale, circa il 24% dei decessi negli adulti e il 28% nei bambini sotto i 5 anni siano attribuibili a fattori ambientali modificabili, di cui 7 milioni legati al solo inquinamento atmosferico⁴.

Quest'ultimo, infatti, sta portando a un incremento delle malattie respiratorie croniche: si stima che entro la metà di questo secolo, **più del 50% della popolazione mondiale sarà affetta da allergie** e non si profilano miglioramenti nello scenario futuro⁵.

Contemporaneamente, il cambiamento climatico sta influenzando la diffusione delle malattie infettive, aumentando il rischio di emergenze sanitarie e co-epidemie: ad esempio, il **numero di mesi idonei alla trasmissione della malaria è aumentato del 31,3%** nelle zone montuose dell'America e del 13,8% in quelle dell'Africa dal 1951-60 al 2012-21, mentre la probabilità di trasmissione della febbre dengue è cresciuta del 12% nello stesso periodo⁶, la West Nile Fever, invece, è stata classificata come endemica in alcune nazioni del Sud Est Europa⁷.

¹ STADA Health Report 2022

² Rielaborazione The European House - Ambrosetti, Meridiano Salute 2022 da dati Regione Europa OMS, ultimi dati disponibili

³ Rielaborazione The European House - Ambrosetti, Meridiano Salute 2022 da dati OCSE/UE

⁴ Rielaborazione The European House - Ambrosetti, Meridiano Salute 2022 da OMS (2021), Who global air quality guidelines

⁵ Lorenzo Cecchi, presidente dell'Associazione allergologi e immunologi territoriali e ospedalieri, Evento Assosalute, 2022

⁶ The Lancet, Lancet Countdown on health and climate change: health at the mercy of fossil fuels, 2022

⁷ ECDC, Epidemiological Report 2022

FARMACIE IN RIPRESA: FORTE CRESCITA NEL SETTORE ONLINE⁸

La spesa farmaceutica europea ha aggiunto i 204,4 miliardi di euro nel 2021, mentre quella italiana ha superato i 16 miliardi, confermandosi come il quinto mercato farmaceutico in Europa, preceduto solo da Germania, Francia, Regno Unito e Spagna e seguito dall'Austria.

Il mercato della salute italiano⁹ è stimato in 26,1 miliardi di euro nel 2021: 16,3 miliardi rappresentati da farmaci e 9,8 miliardi da prodotti extra farmaceutici, come integratori, prodotti per l'igiene, la bellezza e presidi medicochirurgici.

Questo si basa su una vasta rete di punti vendita, composta da **19.901 farmacie, 4.046 parafarmacie e 462 corner della GDO¹⁰**, che hanno sperimentato una significativa espansione a partire dal processo di liberalizzazione e deregolamentazione del 2006.

In particolare, il numero di farmacie private è cresciuto del 10% dal 2010, mentre quelle pubbliche in misura più contenuta (+2,7%), portando il **rapporto abitanti per farmacia in Italia da 3.340 nel 2015 a 2.977 nel 2021 (-10,9%)**, al di sotto della media UE, che si attesta a 3.245 abitanti per farmacia.

Nonostante la flessione del 4% del fatturato complessivo delle farmacie italiane dal 2015 al 2021 (che ha colpito soprattutto i medicinali con prescrizione), **nel primo semestre del 2022 il settore ha evidenziato un trend positivo con una crescita del 8,1%**, grazie alla domanda sostenuta di cura e prevenzione da parte dei consumatori, che ha portato le vendite a 13,1 miliardi di euro. Tuttavia, l'Italia si distingue per una delle spese pro-capite annuali più basse in Europa per i farmaci, pari a 275 euro, rispetto alla media europea di 442,4 euro.

All'interno di questo mercato, **la vendita online di prodotti farmaceutici gioca un ruolo ancora marginale ma in forte crescita**, con le farmacie che rappresentano la maggior parte delle vendite e che hanno registrato un giro d'affari di 437 milioni di euro nel 2021, in crescita del 14% rispetto all'anno precedente e del 90% rispetto al 2019. Nonostante la concentrazione dei primi cinque player che rappresentano il 40% del mercato, l'e-commerce farmaceutico rappresenta solo il 4,2% del mercato totale, lasciando ancora un ampio spazio di sviluppo.

⁸ Area studi Mediobanca, Il settore delle farmacie, 2022

⁹ Il mercato della salute comprende i farmaci e un insieme di prodotti, commercializzati da farmacie, parafarmacie e altri punti vendita autorizzati, afferenti la sfera della salute tra i quali rientrano i c.d. 'prodotti notificati' (quali gli integratori, i preparati per uso erboristico, gli omeopatici e presidi medicochirurgici), i nutrizionali, i parafarmaci e i prodotti per l'igiene e la bellezza.

¹⁰ I "corner" della GDO, ovvero della Grande Distribuzione Organizzata, sono degli spazi all'interno di un punto vendita, generalmente di grandi dimensioni come un supermercato o un ipermercato, che vengono concessi in affitto ad aziende o marchi per la vendita di prodotti specifici.



IL (NUOVO) RUOLO DELLE FARMACIE: UN PRESIDIO SANITARIO CAPILLARE

L'invecchiamento della popolazione, la riduzione del budget pubblico e la crescente richiesta di servizi sanitari mettono a rischio la sostenibilità e la tenuta futura dei sistemi nazionali. Secondo l'OCSE, **la spesa sanitaria è aumentata più rapidamente della crescita economica in tutti i paesi europei**, portando ad una crescente quota del PIL destinata alla sanità¹¹.

A due anni dall'inizio della pandemia, **in Europa la fiducia nei sistemi sanitari sembra essere scesa**: infatti, negli ultimi anni si è registrata **una diminuzione complessiva del 14% nella soddisfazione rispetto al 2020 (78%) e al 2021 (74%), raggiungendo il 64% nel 2022**¹². Nel 2022, in Italia, ben 2 milioni di cittadini hanno rinunciato a visite ed esami specialistici per problemi di liste d'attesa, mentre 4 milioni lo hanno fatto per motivi economici¹³. Inoltre, la tendenza a rivolgersi ai privati per ottenere una prestazione sanitaria aumenta: la quota di persone che dichiara di aver pagato interamente a sue spese sia per le visite specialistiche è passata dal 37% al 41,8% nel 2022, e dal 23% al 27,6% nel 2022 per gli accertamenti diagnostici¹⁴.

In questo contesto, **le farmacie rappresentano un punto di riferimento territoriale fondamentale per la salute dei cittadini**: quasi due terzi degli europei possono accedere a una farmacia entro cinque minuti, mentre il 98 % può farlo entro 30 minuti¹⁵. Inoltre, più della metà degli europei si reca in farmacia almeno una volta al mese, mentre il 27% lo fa più volte al mese, se non settimanalmente. **I farmacisti sono considerati una delle fonti di informazione sulla salute più attendibili per il 57%**

della popolazione, grazie alla possibilità di un confronto diretto¹⁶. Inoltre, a causa della difficoltà di accesso ai servizi pubblici sanitari sono molte **le farmacie sul territorio che si stanno trasformando in veri e propri presidi sanitari**¹⁷.

La missione 6 del PNRR prevede investimenti in innovazione, ricerca e digitalizzazione del Sistema Sanitario ma anche nel rafforzamento delle reti di prossimità per l'assistenza sanitaria territoriale con un'attenzione particolare alla riduzione del carico sugli ospedali e alla promozione della cura domiciliare. Questi obiettivi sono riflessi nel nuovo sistema di cure primarie, disciplinato dal decreto DM 77/2022¹⁸. All'interno di questa riforma, **la farmacia rappresenta un elemento fondamentale del Servizio Sanitario Nazionale**, acquisendo il ruolo di vero e proprio concessionario del pubblico servizio, e sarà tenuta a svolgere compiti assistenziali primari ben più allargati della sola somministrazione di farmaci, come l'accesso personalizzato per pazienti cronici, la farmacovigilanza, le vaccinazioni anti-Covid e antinfluenzali, la somministrazione di test diagnostici a tutela della salute pubblica e i servizi di telemedicina.

Nonostante la Farmacia dei Servizi sia stata regolamentata con la Legge 244/2007, **in Italia i servizi farmaceutici sono ancora oggetto di una diffusione progressiva e in continua evoluzione**. Negli ultimi anni, il numero di servizi offerti dalle farmacie è cresciuto notevolmente, spaziando dai test diagnostici per glicemia e colesterolo ai servizi di sportello CUP per la prenotazione di visite ed

esami, fino alla consulenza personalizzata¹⁹. Con l'obiettivo di ridurre l'onere che grava sul Servizio Sanitario Nazionale, garantendo la cura e la sicurezza dei pazienti, alle farmacie è stata affidata la responsabilità di sviluppare una rete di attività territoriali personalizzati che includa lo **screening sanitario, la gestione dei farmaci, l'educazione alla salute, l'assistenza domiciliare e di emergenza, le formulazioni galeniche personalizzate e altri servizi farmaceutici innovativi ed efficaci**²⁰.

A questo proposito, l'evoluzione della figura del farmacista rappresenta un passo fondamentale, che richiede percorsi di **formazione adeguata e continua**, in modo da garantire la qualità della cura e la sicurezza dei pazienti in modo capillare sul territorio.



11 OECD (2017), *Health at a Glance 2017: OECD Indicators*, OECD Publishing, Paris. http://dx.doi.org/10.1787/health_glance-2017-en

12 STADA Health Report 2022

13 Istat, 2022

14 *Il Sole 24 Ore: Le stime dell'Istat, 2023*

15 PGEU (2012) PGEU European Community Pharmacy Blueprint. <https://pgeu.eu/en/policy/19-the-european-community-pharmacy-blueprint.html>

16 STADA Health Report 2022

17 *Il Sole 24 Ore: Le stime dell'Istat, 2023*

18 Ministero della Salute, *Attuazione misure PNRR*

19 The European House - Ambrosetti, *Meridiano sanità, Rapporto 2021*

20 PGEU, *Farmacia 2030: Il modello di farmacia per l'Europa*

SOLUZIONI DIGITALI PER SEMPLIFICARE L'ACCESSO AI SERVIZI SANITARI

Al bisogno di territorialità si aggiunge la sfida della **trasformazione digitale dell'assistenza sanitaria**. In Italia, infatti, **l'accesso alle visite mediche e ai servizi degli ospedali sta diventando sempre più complesso** e per questo motivo il settore sanitario sta identificando nuovi strumenti innovativi per rispondere in modo più immediato e appropriato ai bisogni dei pazienti, migliorando la qualità della vita dei cittadini²¹. L'uso di soluzioni per **la salute digitale, i big data e l'intelligenza artificiale** si stanno rapidamente espandendo nel settore sanitario e, nei prossimi anni, permetteranno al SSN di avvicinarsi sempre di più a un modello di *Connected Care*, ovvero un ecosistema in cui il paziente può accedere alle informazioni sanitarie attraverso piattaforme digitali integrate o interoperabili e di condividere tali informazioni con tutti gli attori coinvolti nel processo di cura²². Ne sono un esempio risorse finanziarie stanziata dal PNRR per sostenere l'implementazione della telemedicina come strumento per migliorare l'accesso alle cure sanitarie, specialmente in quelle aree geografiche meno servite, con **l'obiettivo di assistere almeno 200.000 persone tramite la telemedicina entro la fine del 2025**²³.

Tali tecnologie possono rendere più efficienti anche i **processi di assistenza in farmacia**, rendendo più semplice l'implementazione di servizi a valore aggiunto e consentendo alle farmacie di seguire i pazienti a rischio e monitorarne i progressi durante la terapia. Molte farmacie territoriali riconoscono il potenziale delle soluzioni digitali adeguatamente integrate per completare, ma non sostituire, i loro servizi professionali, investendo risorse significative per migliorare le loro attuali infrastrutture tecnologiche di informazione e comunicazione (ICT).

21 Il Sole 24 Ore: Le stime dell'Istat, 2023

22 The European House – Ambrosetti, Meridiano sanità, Rapporto 2021

23 Ministero della Salute, Attuazione misure PNRR



LA FARMACIA PER IL TERRITORIO

LA FARMACIA DEI SERVIZI



Durante la pandemia da COVID-19, **le farmacie si sono dimostrate un punto di riferimento fondamentale per i cittadini**, fornendo supporto ai medici grazie alla loro vicinanza alla comunità e diventando il primo porto di approdo per pazienti con patologie croniche anche gravi. Per garantire un presidio sanitario diffuso su tutto il territorio, il **Gruppo Farmacie Italiane si impegna costantemente nell'adattare ogni farmacia e parafarmacia alle specifiche esigenze e servizi richiesti dalle diverse zone e comunità**. Il fine ultimo è di fornire il proprio contributo all'obiettivo nazionale di garantire un presidio sanitario capillare, raggiungendo anche le zone attualmente servite solo dalle piccole farmacie private e fornendo servizi su misura per le situazioni e le tipologie di prodotti richieste dai clienti.

Nel corso del 2022, il Gruppo ha investito importanti risorse per avvicinare i propri punti in "Farmacie dei servizi", ovvero farmacie più orientate alle esigenze dei pazienti e in grado di fornire un'alternativa efficace alle attese per alcuni esami medici ospedalieri, alleggerendo la pressione sul Servizio Sanitario Nazionale. Farmacie Italiane si impegna mettendo a disposizione dei clienti e pazienti una vasta gamma di prodotti e servizi, offrendo una consulenza personalizzata in grado di indirizzare verso la scelta migliore per le esigenze di cura.

IDENTIKIT FARMACISTA

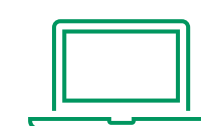
I farmacisti sono la prima linea della sanità di quartiere e, come professionisti sanitari, collaborano con il Sistema Sanitario Nazionale per garantire la salute e il benessere dei cittadini.

Tra i molteplici ruoli, il farmacista:

- Svolge un controllo sulla correttezza delle prescrizioni mediche;
- Controlla che i pazienti assumano i farmaci nel modo corretto;
- Possiede una vasta conoscenza di prodotti farmaceutici, integratori e dispositivi medici, al fine di fornire consigli personalizzati ai pazienti in base alle loro esigenze;
- Offre un supporto esperto nella prevenzione delle malattie, fornendo informazioni sui comportamenti salutari e sulla corretta gestione di patologie croniche;
- Esegue test diagnostici rapidi e somministrare vaccinazioni.



IN FARMACIE ITALIANE



Siamo costantemente impegnati nello **sviluppo di servizi digitali e innovativi** seguendo i requisiti di legge, come i nuovi servizi di telemedicina cardiologica lanciati nel 2022.



Abbiamo creato dei poli **infermieristici nel territorio** laziale, che rappresentano un presidio fisso sia locale che a domicilio per la somministrazione di terapie antibiotiche, pneumologiche e altre terapie che possono essere effettuate dagli infermieri.



Offriamo, ogni giorno, una **vasta gamma di servizi**, come la cura di ferite, astemie, piaghe da decubito, tamponi per lo streptococco, analisi del sangue e prescrizione di alcuni esami necessari per le visite sportive.



Miglioriamo i risultati in termini di **aderenza alla terapia**, gestione della cura e colmatura delle lacune nella salute del paziente.



Facilitiamo l'accesso ai farmaci mediante il servizio di consegna a domicilio, garantendo prezzi accessibili per le mascherine e promuovendo l'accesso ai vaccini.



Garantiamo competenza e prodotti anche nel **settore della veterinaria**, una necessità sempre più emergente negli ultimi anni

A D E R E N Z A T E R A P E U T I C A

I servizi delle farmacie hanno un ruolo importante nel **migliorare la salute e il benessere della società, aiutando i pazienti ad aderire alle terapie mediche e superare le barriere nell'assistenza**. Le difficoltà economiche, l'ignoranza dei rischi di interrompere la terapia o la dimenticanza, possono essere fattori determinanti per l'adesione alle terapie, che se non seguite correttamente, può portare a rischi per la salute.

Farmacie Italiane ha avviato una collaborazione con Carepy s.r.l. per migliorare l'aderenza terapeutica dei pazienti cronici del territorio attraverso un innovativo progetto di gestione del piano terapeutico e monitoraggio dell'assunzione dei farmaci. Il progetto, sviluppato a partire dal novembre 2022, prevede di avviare la fase sperimentale nel corso del 2023, con l'obiettivo di fornire un servizio di vigilanza sui farmaci e assistenza post-vendita ai pazienti delle farmacie del Gruppo.

La collaborazione permetterà di testare sul territorio un servizio di alta qualità e personalizzato, mantenendo la peculiarità delle farmacie di quartiere.

FARMACIA LORETO C H A R I T Y

Farmacie Italiane, attraverso iniziative di donazione e filantropia online, si impegna a sostenere numerose iniziative. In particolare, **Farmacia Loreto**, società che guida l'e-commerce del Gruppo, **supporta progetti di solidarietà in diverse parti del mondo, grazie a donazioni dirette e tramite lo strumento automatico di PayPal Donation.**

La Società ha raggiunto il traguardo di **3.874 donatori** e una donazione totale di **17.864 €**.

Inoltre, nel 2022 il Gruppo ha sostenuto l'organizzazione **Save the Children** con una donazione diretta di **12.000€**.



Farmacie Italiane sostiene **Save the Children** con una donazione diretta di **12.000€**

Farmacie Italiane **Save the Children**

EDUCAZIONE AL FARMACO: MARKETING RESPONSABILE



EDUCAZIONE AL FARMACO
E QUALITÀ DELLA VITA

La disinformazione sanitaria diffusa online rappresenta un serio rischio per la salute dei cittadini, poiché spesso le informazioni disponibili non sono corrette o risultano incomplete.

In questo contesto, **il ruolo del farmacista è fondamentale**: grazie alla sua esperienza e professionalità, può offrire assistenza e supporto al paziente in modo indipendente dalla vendita di prodotti, rispondere alle domande e fornire informazioni accurate ed affidabili.

Inoltre, il farmacista ha la competenza per selezionare le fonti di informazione più credibili e fornire un servizio di educazione al farmaco personalizzato, aiutando il paziente a comprendere gli effetti collaterali e ad assumere correttamente i farmaci.

Farmacie Italiane si impegna ad integrare nella propria attività i principi di **promozione dell'accessibilità economica ai farmaci, spingendo i farmacisti ad una giusta informazione sulle opzioni tra farmaci generici e di marca**, spiegando le differenze e aiutando i pazienti a scegliere la soluzione più conveniente ed efficace per le loro esigenze di cura.

Nel 2022, tramite il proprio canale informativo, il Gruppo ha lanciato diverse campagne di sensibilizzazione, per divulgare consigli utili sulla salute e sulla prevenzione di malattie, sponsorizzare campagne e giornate di sensibilizzazione e promuovere uno stile di vita sano.

Farmacie Italiane
La tua farmacia omnicanale

**GIORNATA MONDIALE
LOTTA CONTRO IL CANCRO**

**4 FEBBRAIO
2023**

Chiedi un consiglio
al tuo farmacista

follow us
f i d t

www.gruppofarmacieitaliane.it

Farmacie Italiane
La tua farmacia omnicanale

**SPECIALE COLESTEROLO
FARMACIA NOVARA**

**Ogni lunedì
di Marzo**

PRENOTATI IN FARMACIA!

- ✓ Test del Profilo Lipidico
- ✓ Promo Speciale
- ✓ Consigli sulla corretta integrazione

Farmacie Italiane
La tua farmacia omnicanale

EUROMELANOMA DAY

**24 MAGGIO
2023**

Chiedi un consiglio
al tuo farmacista

follow us
f i d t

www.gruppofarmacieitaliane.it

CENTRALITÀ DEL CLIENTE E MARKETING RESPONSABILE

Gruppo Farmacie Italiane si contraddistingue per la sua **forte attenzione alle esigenze e alle richieste dei clienti**, che vengono ascoltati non solo tramite i **canali di comunicazione tradizionali, ma anche attraverso i social media, i ticket di assistenza, le chat e le recensioni dei prodotti**.

Nel 2022, grazie all'ampia diffusione della **newsletter**, ben **820.000 persone** hanno potuto ricevere in anteprima informazioni su offerte e promozioni, con un tasso di apertura medio del 9,5% e un tasso di conversione del 2,4%. L'obiettivo del Gruppo è di arrivare a un milione di iscritti, consolidando il rapporto di fiducia con la propria clientela. Anche i canali social del Gruppo hanno visto una crescita con +19% dei follower su Facebook nell'ultimo anno, raggiungendo 319.000 persone al mese.

A questo si aggiunge la grande attenzione per il servizio clienti: **il customer service del Gruppo, nel 2022, ha gestito quasi 200.000 casi di assistenza**, attraverso diversi touch point come form di contatto, WhatsApp, telefono con una media di 400 e-mail, 45 contatti WhatsApp e 370 chiamate giornalieri.

FIDELITY CARD

La **fidelity card di Farmacie Italiane è un programma di fedeltà che fornisce numerosi vantaggi ai propri clienti, senza alcun costo di iscrizione**.

Utilizzando la card ad ogni acquisto, i clienti possono accumulare punti e beneficiare di vantaggi esclusivi in tutta la rete di Farmacie Italiane, partecipando alle promozioni speciali disponibili in tutti i punti vendita fisici e digitali dell'Azienda.

Per rimanere costantemente aggiornati sulle promozioni e verificare il saldo punti disponibile, è possibile scaricare l'applicazione dedicata.



Consegna a domicilio gratuita



Prenotazioni servizi



Ricetta elettronica

TRADE MARKETING

Nel 2022, Farmacie Italiane ha sviluppato la nuova **Business Unit Trade Marketing** dedicata a veicolare tutte le informazioni provenienti dal settore pharma, creando sinergie tra le diverse Società del gruppo e l'industria farmaceutica, oltre che a concentrarsi sulla vendita dei prodotti. Grazie all'implementazione di un sistema di profilazione avanzato, il Gruppo ha migliorato l'offerta di strategie di marketing personalizzate, veicolando al meglio le comunicazioni delle aziende attraverso i canali web e fisici.

I canali pubblicitari offerti includono **261 vetrine in tutta Italia, tra cui 26 in stazioni ferroviarie e 10 in aeroporti, oltre a numerosi spazi pubblicitari sul sito e sull'e-commerce del Gruppo**. Oltre a queste opzioni, il Farmacie Italiane offre anche altre soluzioni di marketing altamente efficaci, come il posizionamento di prodotti davanti alle casse

con bollone di comunicazione, che può essere utilizzato per vari tipi di meccaniche commerciali, tra cui taglio del prezzo oppure offerta multipla.

La rete pubblicitaria comprende anche 54 ledwall digitali ed interattivi che consentono l'utilizzo di spot e teaser animati costruiti ad hoc per i brand o forniti direttamente dagli stessi. Per le attività di marketing il Gruppo utilizza solo schermi e ledwall, senza ricorrere a cartonati o volantini per ridurre la produzione di rifiuti. Inoltre, Farmacie Italiane offre anche la possibilità di avere uno spazio espositivo in esclusiva per un singolo brand con il servizio di Shop in Shop, con opportunità di allestimento personalizzato e adeguato rispetto al tono del brand e la possibilità di affiancare uno specialista proposto da Gruppo Farmacie o fornito dal partner per incentivare il servizio consulenziale e la vendita dei prodotti.

I RICONOSCIMENTI DELL'E-COMMERCE

Farmacie Loreto.it ha ottenuto importanti certificazioni e riconoscimenti, tra cui **4,5 stelle su Feedaty**, piattaforma di raccolta e gestione di Recensioni Certificate, con oltre 107.000 recensioni. Il servizio ha ricevuto anche il **riconoscimento di eccellenza qualitativa dall'associazione Altroconsumo**, ottenendo la valutazione massima in base all'analisi tecnico-legale che valuta attentamente due importanti aspetti: i diritti e le tutele del consumatore e la soddisfazione degli utenti



DIGITALIZZAZIONE, RICERCA E INNOVAZIONE



**SOLUZIONI SMART E
SU MISURA PER IL PAZIENTE**

Con l'obiettivo costante di migliorare l'esperienza dei propri clienti, **il Gruppo, negli anni, ha implementato importanti progetti innovativi. Nel 2022, Farmacie Italiane ha lanciato un servizio di telemedicina, attualmente dedicato solo alla cardiologia** ma che presto sarà esteso ad altre specialità come la pneumologia, la dermatologia e l'oculistica.

Tramite i servizi di telecardiologia, i pazienti possono effettuare l'elettrocardiogramma nella propria farmacia di fiducia e ricevere i risultati entro 15 minuti, grazie alla collaborazione con un centro di riferimento che dispone di una rete di 200 cardiologi disponibili 24 ore su 24,7 giorni su 7

Farmacie Italiane sta inoltre sviluppando un sistema di prenotazione online per tutti i servizi di telemedicina. **Nel 2022, la prenotazione online è stata implementata anche per altri servizi offerti da Farmacie Italiane**, come per esempio i tamponi Covid-19 e la consulenza cosmetica in farmacia.

COS'È LA TELEMEDICINA?

La telemedicina è una forma di assistenza sanitaria che utilizza tecnologie di comunicazione (es. internet, telefonia, videoconferenza) per fornire servizi medici a distanza. Questi servizi possono includere la diagnosi, il trattamento, la gestione delle malattie croniche, la prevenzione, il monitoraggio e l'educazione del paziente. La telemedicina consente ai pazienti di accedere a informazioni mediche e di comunicare con medici e operatori sanitari a distanza, migliorando l'accessibilità ai servizi sanitari, soprattutto in aree geografiche remote o in situazioni di emergenza sanitaria.

Farmacie Italiane ha recentemente introdotto **il servizio di *Click and collect*, che consente ai clienti di acquistare prodotti online e ritirarli presso la farmacia fisica più vicina.**

Grazie ad un sistema che monitora in tempo reale le giacenze delle farmacie, il cliente può essere informato immediatamente sulla disponibilità del prodotto per il ritiro. In alternativa, è possibile usufruire del servizio di **consegna a domicilio**, che, a partire dal 2022, è disponibile anche durante i fine settimana, garantendo così un **servizio 7 giorni su 7** per soddisfare le esigenze di tutti i clienti.

Nel corso dell'anno, per migliorare l'efficienza del servizio, **il Gruppo ha implementato diverse soluzioni di customer service digitale.**

Oltre alle **FAQ** sul sito, sono stati introdotti **risponditori automatici** e una sezione **"richiamami tu"**, che permette di richiedere una chiamata di ritorno da un operatore. Inoltre, i clienti possono fornire commenti e suggerimenti sul servizio tramite un sistema di feedback online, al fine di migliorare continuamente l'esperienza.

Per soddisfare le esigenze dei suoi clienti in modo più comodo e flessibile, Farmacie Italiane ha innovato i suoi sistemi di pagamento, **offrendo nuovi metodi** (Satispay, PayPal, Bitcoin) o **soluzioni a rate** (es. Scalapay), sia all'interno delle proprie farmacie e parafarmacie che online.

LA CRESCITA DI FARMACIALORETO.IT

Il servizio di e-commerce di **farmacialoreto.it** sta registrando una notevole crescita dal 2020, sia per il numero di visitatori unici mensili, arrivato a 50 milioni quest'anno, sia per gli ordini medi giornalieri.

Nel corso degli ultimi 4 anni, il fatturato medio anno su anno è cresciuto del 37%, e dal 2021 al 2022 il numero di ordini medi si è raddoppiato. Il traffico generato sul sito è composto per il 60% da traffico diretto che transita tramite Home Page, navigabile da più dispositivi che vede l'ingresso da mobile in crescita con un 64% del totale.

DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSO INTERNI

Nel 2022 Farmacie Italiane ha finalizzato l'implementazione del proprio **sistema CRM** (Customer Relationship Management) centralizzando tutti i dati relativi ai clienti, con conseguente miglioramento della relazione con loro.

In particolare, l'integrazione ha previsto due principali azioni:

- **Unificazione dei canali:** sono stati integrati canali CRM per i dati online e offline per comprendere meglio i comportamenti dei consumatori e migliorare la loro esperienza. L'iniziativa ha previsto anche l'unificazione dell'accumulo dei punti dei propri programmi fedeltà online e offline, per garantire un'esperienza coerente e uniforme a tutti i clienti.
- **Ottimizzazione della logistica:** grazie all'integrazione del CRM sono stati digitalizzati i passaggi tra ordini online e logistica, ottimizzando i tempi, migliorando la gestione dei processi interni e garantendo una maggiore efficienza nell'evasione degli ordini

Sempre nel 2022, è stata svolta l'integrazione del canale tradizionale con quello digitale, per il quale Farmacie Italiane ha scelto di intraprendere un percorso di trasformazione cloud. In particolare, il Gruppo ha collaborato con Oracle per **integrare tutte le sue Società sotto un unico sistema ERP**, adottando le applicazioni Oracle Fusion Cloud per l'ambito AFC (Amministrazione, Finanza e Controllo) e la gestione della catena di fornitura. Grazie a questo sistema, Farmacie Italiane ha implementato una soluzione facilmente scalabile e flessibile, **supportando così il percorso di espansione del Gruppo e l'acquisizione di nuovi punti vendita.**

L'applicazione ha restituito alla gestione Finance una visione olistica e centralizzata di tutte le informazioni provenienti dalle varie farmacie e parafarmacie che precedentemente utilizzavano soluzioni limitate di software gestionale on-premises. Grazie all'integrazione API (Application Programming Interface) i singoli punti vendita possono continuare ad utilizzare i propri software senza creare complessità per gli utenti.

Inoltre, l'integrazione dei dati POS nell'applicazione ERP Cloud semplifica la gestione della contabilità, degli acquisti e dell'inventario.

In futuro, l'Azienda prevede di investire ulteriormente nella **gestione della supply chain end-to-end**, con l'obiettivo di integrarne in modo ancora più efficace i processi, migliorare la tracciabilità e ottimizzare il trasporto dei prodotti.

FARMACIE ITALIANE ANALYTICS

Farmacie Italiane Analytics rappresenta il **primo strumento di open data analytics nel mondo del retail farmaceutico italiano.**

Grazie alla vasta quantità di dati presenti nel database, questo strumento consente di condurre analisi mirate per raggiungere target specifici di utenti. Grazie all'utilizzo di un CRM avanzato, il Gruppo fornisce ai brand una soluzione personalizzata attraverso la profilazione e la clusterizzazione dei clienti, finalizzata ad aumentare le vendite o la consapevolezza.

Questo strumento consultabile permette di misurare le vendite sia per il canale web che per il retail e di scaricare report grafici per condurre analisi chiave e orientare la propria strategia. Inoltre, fornisce la visualizzazione di alcuni KPI come il market share, il market comparison e l'indice di efficienza, che supportano le attività di supply chain management e consentono di prendere decisioni informate sulla base di dati concreti e ottenere un vantaggio competitivo significativo

IMPATTO AMBIENTALE DELLE SPEDIZIONI



LA LOGISTICA DI FARMACIE ITALIANE

Farmacie Italiane ogni giorno effettua circa 3.800 spedizioni per garantire il rifornimento di tutti i 63 punti vendita. Le operazioni logistiche sono gestite da **due magazzini** di proprietà del Gruppo: **Farma-C** situato a Roma, e **Parafarmacia Loreto Gallo** a Casoria, in provincia di Napoli.

Nel magazzino di Roma vengono allestiti gli ordini dei punti vendita laziale tutti i giorni dal lunedì al venerdì, mentre per gli altri punti

vendita da 1 a 3 volte alla settimana a seconda delle necessità. Nel magazzino di Casoria, invece, vengono gestiti gli ordini web.

Il Gruppo collabora con servizi esterni per le attività di spedizione e logistica, utilizzando mediamente 31 mezzi motorizzati al giorno per le attività di inbound²⁴ e 15 mezzi motorizzati al giorno per quelle di outbound²⁵ all'interno dei suoi due stabilimenti.

Farma C	Parafarmacia Loreto Gallo
Circa 40 spedizioni al giorno	Circa 2.700 spedizioni al giorno
Inbound	
1 motrice in media al giorno	1 motrice in media al giorno
1 centinato in media al giorno	3 centinati in media al giorno
3 autosnodati in media al mese	22 furgoni (da max 2 bancali) al giorno
Outbound	
4 furgoni al giorno	2 motrici in media al giorno
1 motrice in media al giorno	1 furgone ibrido da 2 pedane
1 centinato in media al giorno	1 autoarticolato
	4 centinati
	1 furgone

Nel corso del 2022, Farmacie Italiane ha intrapreso una serie di progetti volti ad aumentare l'efficienza energetica dei propri magazzini. In particolare, a Casoria è stato installato un nuovo impianto di illuminazione a led, dotato di sensori specifici in grado di attivare le luci solo in presenza di movimento.

Questo intervento ha permesso di ridurre i consumi energetici legati all'illuminazione dei magazzini. Inoltre, è stato implementato un **sistema di picking digitale** in grado di innovare il magazzino, garantendo una riduzione degli errori e aumentando l'efficienza del processo.

In parallelo, il Gruppo ha avviato un processo di automazione sul magazzino di Casoria, valutando inoltre la possibilità di installare una fascia pallet semi-automatica presso il magazzino di Farma-C. Questa soluzione, se attuata, consentirebbe di ottenere un risparmio di almeno il 60% della pellicola utilizzata per il confezionamento dei prodotti.

²⁴ Le attività di inbound, ovvero tutte le attività logistiche che portano alla ricezione dei materiali e delle forniture da parte di un'azienda
²⁵ Le attività di outbound, le attività logistiche che portano alla spedizione dei prodotti finiti ai clienti

LE EMISSIONI DELLE SPEDIZIONI NEL TERRITORIO DI ROMA

Effettuando una valutazione delle spedizioni dei farmaci da parte di Farmacie Italiane nel territorio di Roma, è stato possibile stimare le emissioni derivanti dai processi di outbound dei magazzini.

Nel corso del 2022, sono stati impiegati mediamente 4 mezzi di trasporto per la distribuzione delle merci a Roma: 3 furgoni da 3500 kg e 1 centinato fino a 7.500 kg, i quali, percorrendo mediamente 580 km al giorno, hanno comportato una quantità di emissioni pari a 43,8 tonnellate di CO₂ in un anno.

Mezzi	n.	Distanza giornaliera (km medi per singolo veicolo)	Distanza annuale (km - 5 giorni a settimana, per singolo veicolo)	Distanza annuale totale (km annui - 5 giorni a settimana, totali)	Ton CO2e
Furgoni	3	145	37803,6	113410,7	26,3
Centinati	1	145	37803,6	37803,6	17,5
Totale	4	580		151214,3	43,8
Fattore di emissione				Totale kg CO₂ per km	fonte
Vans - Media (fino a 3.5 tonnellate)					Defra 2022
Mezzi pesante (Heavy Goods Vehicle - HGV) - (>3.5 - 7.5 tonnellate):					

OTTIMIZZAZIONE DEL PACKAGING E DEGLI IMBALLAGGI

Nel 2022, Farmacie Italiane ha adottato diverse misure volte alla riduzione dei consumi, al riciclo, al compostaggio e al riutilizzo dei materiali. Tra le azioni più rilevanti, il Gruppo ha avviato un processo di sostituzione graduale della plastica con carta riciclata al 100% e ha pianificato la sostituzione dello scotch per il 2023.

Inoltre, ha ridotto quasi del 100% l'uso del pluriball come materiale di riempimento, sostituendolo con carta per riempimenti di diverse dimensioni e carta ondulata per pacchi di maggiori dimensioni. Grazie a queste iniziative, il Gruppo ha azzerato l'utilizzo di pluriball, sostituendolo con circa 3.720 metri lineari di carta al giorno.

ENGAGEMENT E BENESSERE INTERNO



Nel corso del 2022, Farmacie Italiane ha potuto contare sull'impegno di 717 persone, distribuite tra gli uffici di Roma e i punti vendita dislocati sul territorio.

L'89% dei dipendenti è assunto a tempo indeterminato, mentre il 92% lavora a tempo pieno - l'adozione di contratti part-time è stata prevista per rispondere a specifiche esigenze individuali dei dipendenti.

2022			2021			2020		
Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	uomo	Totale
452	265	717	374	250	624	298	258	556

	2022			2021			2020		
	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	uomo	Totale
Tempo indeterminato	410	228	638	338	221	559	283	253	536
Tempo determinato	42	37	79	36	29	65	15	5	20
Totale	452	265	717	374	250	624	298	258	556
Tempo pieno	405	256	661	328	222	550	249	251	500
Tempo parziale	47	9	56	46	28	74	49	7	56
Totale	452	265	717	374	250	624	298	258	556

LA SQUADRA DI
FARMACIE ITALIANE

Il Gruppo è da sempre sensibile alla tutela della parità di genere, come dimostrato dalla composizione della propria forza lavoro, composta al **63% da donne**. La quota dei giovani sotto i 30 anni in Azienda è diminuita di 4 punti percentuali rispetto al 2021 e rappresenta oggi il 12%.

La maggior parte dei dipendenti (68%) si trova nella fascia di età tra i 30 e i 50 anni, mentre il rimanente 20% è sopra i 50 anni

Organi di Governo (%)	2022			2021			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
< 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30 - 50	1	2	3	1	2	3	3	1	4
> 50	3	1	4	4	1	5	3	1	4
Totale	4	3	7	5	3	8	6	2	8

RICERCA E ATTRAZIONE DI TALENTI

Nel 2022 Farmacie Italiane ha assunto 200 nuove persone, di cui il 57% donne, e ha registrato 72 cessazioni, 46 in meno rispetto all'anno precedente.

Questi risultati riflettono un trend di ripresa rispetto alle numerose sfide dell'ultimo triennio, tra cui il fenomeno della "Great Resignation" o "Big Quit", che ha visto un progressivo aumento del numero di dimissioni volontarie dei dipendenti di migliaia di aziende a livello globale. Farmacie Italiane ha saputo reagire con successo, aumentando gli sforzi nell'attrazione e ritenzione dei talenti e aprendo un dialogo con il personale di rete per accogliere le necessità, soprattutto in termini di flessibilità oraria e di collocamento.

Il Gruppo ha rafforzato il proprio impegno nella ricerca di talenti nel corso del 2022 coinvolgendo direttamente i propri dipendenti.

A tal proposito, la campagna di recruiting lanciata durante il Pharma-Expo di Napoli nel mese di novembre ha visto protagonisti **9 farmacisti** che hanno raccontato la propria **esperienza lavorativa all'interno di Farmacie Italiane**. I video, realizzati in modo spontaneo e senza alcuna direzione specifica, hanno permesso di offrire una testimonianza autentica della vita professionale all'interno dell'Azienda. Inoltre, alcuni dei farmacisti coinvolti nella campagna hanno partecipato alla fiera per supportare il team HR nell'accoglienza dei candidati e nel raccontare di persona la propria esperienza.

Dipendenti per genere	2022		2021		2020	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dirigenti	2	1	4	2	4	2
Quadri	87	179	66	91	15	13
Impiegati	145	267	141	283	222	281
Operai	32	4	33	4	17	2
Totale	266	451	244	380	258	298

Dipendenti per età	2022			2021			2020		
	< 30 anni	30 - 50	> 50	< 30 anni	30 - 50	> 50	< 30 anni	30 - 50	> 50
Dirigenti	0	2	1	0	2	4	0	0	6
Quadri	8	205	53	0	153	4	0	22	6
Impiegati	64	260	88	100	184	140	483	17	3
Operai	11	19	6	2	35	0	15	4	0
Totale	83	486	148	102	374	148	498	43	15

a. Assunzioni	2022		2021		2020	
Età	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30 anni	16	30	13	17	-	-
30 - 50 anni	57	71	40	43	-	-
> 50 anni	14	12	8	13	-	-
Totale	87	113	61	73	14	36
Totale assunzioni	200		134		50	
Totale dipendenti	717		624		556	
Tasso di assunzioni	28%		21%		9%	

b. Cessazioni	2022		2021		2020	
Età	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30 anni	12	10	3	13	-	-
30 - 50 anni	16	25	30	46	-	-
> 50 anni	4	5	13	13	-	-
Totale	32	40	46	72	19	47
Totale cessazioni	72		118		66	
Totale dipendenti	717		624		556	
Tasso di cessazioni	10%		19%		12%	

Tasso di cessazioni per genere e per età	2022	2021	2020
Uomini	12%	19%	7%
Donne	19%	16%	16%
< 30	27%	19%	8%
30 - 50	8%	16%	63%
> 50	6%	18%	7%

L'ASCOLTO DEI DIPENDENTI

Per far fronte alle difficoltà emerse con la crisi sanitaria e con l'evoluzione del mondo del lavoro negli ultimi anni, **Farmacie Italiane ha aperto un percorso di ascolto e dialogo con il personale di rete che ha portato il Gruppo ad adottare un approccio più flessibile** per soddisfare le esigenze di ogni persona in termini di orari, ferie e riposi, equilibrio vita-lavoro e spostamenti.

Nel 2021 sono state introdotte le figure dei direttori di Area per garantire una presenza costante sui punti vendita e un anello di congiunzione con le direzioni. Tali figure garantiscono la possibilità di un confronto costante e diretto con i responsabili di funzione, in caso di necessità.

ASCOLTARE LE ESIGENZE DI TUTTI

Negli ultimi anni Farmacie Italiane ha adottato **nuovi metodi di turnazione**, al fine di massimizzare l'inclusione e di soddisfare le esigenze dei team di lavoro e dei punti vendita, senza trascurare i bisogni individuali.

Queste soluzioni prevedono una turnazione mensile che privilegia i turni continui e una diminuzione di quelli spezzati. Inoltre, viene garantita una pianificazione di **5 giorni lavorativi a settimana con riposi rotativi, incluso il weekend**, per assicurare ai dipendenti un adeguato riposo e almeno un weekend libero al mese.

Inoltre, in linea con le normative vigenti, Farmacie Italiane garantisce il diritto al congedo parentale, all'assicurazione sanitaria e i contributi pensionistici per i propri dipendenti. Nel 2022, l'Azienda ha deciso di implementare ulteriori benefit come **l'assistenza sanitaria aggiuntiva, i buoni pasto** per i farmacisti e 8 giornate al mese di **smart working** per le funzioni corporate.

Queste misure mirano a garantire un equilibrio tra lavoro e vita privata per tutti i dipendenti, promuovendo un ambiente di lavoro sano e sostenendo il loro benessere complessivo.

Infine, Farmacie Italiane si impegna attivamente a **favorire il collocamento dei dipendenti nei punti vendita situati in prossimità delle loro residenze.** Questa iniziativa mira a garantire un equilibrio ottimale tra vita e lavoro, agevolando gli spostamenti dei dipendenti fine di garantire un **ambiente lavorativo stabile e coerente con le necessità personali.**

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Farmacie Italiane si impegna a fornire ai propri dipendenti un **ambiente di lavoro sicuro e salutare adottando tutte le misure necessarie per prevenire gli incidenti** e proteggere la salute dei lavoratori.

Il sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro copre tutte le attività del Gruppo e si basa sul rispetto delle normative italiane in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

Farmacie Italiane nomina un medico competente e un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), in linea con le prescrizioni di legge sulla sicurezza dei dipendenti.

Nel 2022 si sono registrati 3 infortuni, nessuno con gravi conseguenze. Inoltre, nei punti vendita con maggiore rischio è prevista la presenza di personale di vigilanza.

Infortuni sul lavoro dipendenti (n)	2022	2021	2020
Infortuni registrabili	5	9	0
Tasso di infortuni	3,8	7,8	0
di cui decessi	0	0	0
Tasso di decessi	0	0	0
di cui con gravi conseguenze	0	0	0
Indice di gravità	0,4	0	0
Ore lavorate (n)	1.331.685	1.159.160	936.748

SVILUPPO E FORMAZIONE DEL FARMACISTA

LO SVILUPPO
PROFESSIONALE

Nel 2021, è stato avviato un ampio **programma di valutazione e mappatura delle competenze interne**, i cui risultati hanno svolto un ruolo anche nella selezione e nella nomina dei Direttori di Area. Il personale è stato valutato su diversi set di competenze manageriali, tra cui il **people management** (lavoro di squadra, leadership, empatia, comunicazione), la **gestione commerciale** (comprensione del mercato, innovazione, focalizzazione sul cliente, responsabilità), e la **gestione operativa** (processo decisionale, consapevolezza economica, pianificazione e organizzazione). Le persone hanno partecipato a test online, casi di studio e colloqui individuali, che hanno generato report specifici per ciascun individuo e proposte di sviluppo con obiettivi personalizzati.

Successivamente sono stati **sviluppati percorsi di coaching per 14 persone** di Farmacie Italiane con l'obiettivo di migliorare la produttività aziendale, l'ambiente di lavoro e le performance individuali.

I percorsi hanno previsto l'affiancamento di un coach, focalizzato sullo sviluppo del potenziale dei partecipanti selezionati dall'Azienda stessa, attraverso obiettivi di miglioramento individuale e per alcune business unit strategiche. La valutazione dell'efficacia del coaching si basa sugli indicatori di monitoraggio all'interno della relazione tra coach e partecipanti, con la condivisione concordata all'inizio del percorso

INDAGINE PER LA VALUTAZIONE DEI CAPIREPARTO E DEI DIRETTORI

Alla fine del 2022, il Gruppo ha condotto una **prima indagine pilota sul "clima nel punto vendita" coinvolgendo sette farmacie dell'Area3 Roma Sud e oltre cento dipendenti a tutti i livelli**, in modo anonimo. L'indagine ha richiesto ai dipendenti di valutare i responsabili o direttori riguardo a diversi aspetti, tra cui il livello generale di qualità percepito nell'ambiente di lavoro, la comunicazione, la disponibilità, la gestione del tempo e l'analisi delle relazioni umane individuali. Allo stesso modo, i responsabili di reparto e i direttori dei punti vendita si sono autovalutati sugli stessi criteri.

Mediamente i punteggi delle autovalutazioni dei direttori e dei responsabili di reparto sono risultati inferiori rispetto a quelli espressi dai dipendenti. **Nel corso del 2023 e negli anni a venire, verranno implementati programmi di sviluppo per le competenze soft skills specifiche per il settore farmaceutico.**

LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Le ore di formazione hanno subito una progressiva riduzione, passando da una media di 12 ore nel 2020 a soli 5 ore nel 2022. Tale riduzione è stata influenzata non solo dalle difficoltà derivanti dalla pandemia, ma anche dall'alto numero di nuovi ingressi registrati durante l'anno.

Nel 2023 è prevista una forte ripresa delle attività di formazione già a partire da febbraio e marzo con la programmazione di **24 incontri in presenza, 13 corsi online**, per una previsione totale di **225 farmacisti e 267 addetti alla cosmesi coinvolti**.

Inoltre, tra maggio e ottobre 2023 verranno erogati 3 corsi, al momento in fase di progettazione:

- **“Management delle farmacie” destinato a farmacisti direttori-preposti.** L'obiettivo è fornire gli strumenti e le competenze necessari per gestire le problematiche economiche e organizzative delle farmacie, aiutando i partecipanti a costruire un profilo professionale adatto a far fronte con efficacia alle molteplici sfide e cambiamenti che la farmacia affronta. In particolare, i partecipanti acquisiranno competenze economico-manageriali da affiancare alle loro conoscenze di natura tecnico-farmaceutica.
- **“Normative per i farmacisti” destinato a direttori-preposti.** Verrà affrontata l'attività di vigilanza sulle farmacie, con particolare attenzione alle tipologie e caratteristiche delle ispezioni in farmacia, alle modalità di svolgimento dell'ispezione, al verbale d'ispezione e alle violazioni e sanzioni ad esse relative.
- **“Vendita e dermocosmesi” dedicato ai farmacisti e agli addetti alla vendita.** Saranno affrontati temi come la gestione del reparto dermo, dal layout al consiglio, la promozione di un nuovo approccio alla vendita nel reparto dermocosmetico, la gestione del cliente e la formazione su tutto il percorso in reparto dermo, dalle fasi di accoglienza fino al saluto finale. Inoltre, saranno fornite tecniche di consiglio e di vendita mirate ad ottimizzare le risposte alle richieste del cliente, a fidelizzare i clienti e ad aumentare lo scontrino medio e il fatturato di reparto.

Ore medie di formazione per categoria	2022	2021	2020
Dirigenti	0	0	6
Quadri	2,5	5,5	15,0
Impiegati	1,6	2,0	12,0
Operai	1,3	3,7	12,0
Totale	1,9	3,0	12,0

Ore di formazione per categoria	2022	2021	2020
Dirigenti	0	0	36
Quadri	656	862	420
Impiegati	674	874	6.036
Operai	44	136	228
Totale	1.374	1.872	6.720

Numero dipendenti formati	2022	2021	2020
Dirigenti	0	0	6
Quadri	152	91	28
Impiegati	116	124	503
Operai	6	15	19
Totale	274	230	556

NOTA METODOLOGICA

Il primo Bilancio di Sostenibilità di Farmacie Italiane rappresenta uno strumento importante attraverso cui comunicare agli stakeholder informazioni dettagliate sul percorso di sostenibilità del Gruppo. Il periodo di rendicontazione coperto dal bilancio va dal 1° gennaio 2021 al 31 dicembre 2022, offrendo anche una visione più ampia delle attività di Farmacie Italiane nell'ultimo triennio.

La trasparenza e la metodologia sono due parole chiave che l'Azienda ha seguito nella creazione del bilancio, che mira a **valorizzare le iniziative e i progetti di quest'anno, definendo un punto di partenza per gli obiettivi che Farmacie Italiane intende perseguire negli anni a venire.** Un cammino attraverso il quale l'Azienda potrà rafforzare ulteriormente l'integrazione della sostenibilità all'interno del proprio business e lungo tutta la catena del valore.

Il documento è stato redatto in conformità ai GRI Standards del Global Reporting Initiative (GRI) – i cui riferimenti sono segnalati tra parentesi quadra attraverso i codici identificativi GRI sotto ciascun titolo del documento e non è stato sottoposto a revisione esterna. Il perimetro di rendicontazione considera le attività del Gruppo Farmacie Italiane, in conformità con il bilancio d'esercizio.

Il bilancio si concentra su nove temi materiali, selezionati attraverso un processo di analisi di materialità che ha coinvolto il management di Farmacie Italiane e gli stakeholder esterni del Gruppo. Gli impatti economici, sociali e ambientali di maggiore rilievo sono stati presi in considerazione, utilizzando una serie di criteri come portata, perimetro, irrecuperabilità e probabilità degli impatti analizzati, in linea con i requisiti del GRI e dei futuri standard europei ESRS. Il Gruppo Farmacie Italiane ha voluto offrire una nuova prospettiva sull'Azienda e sui suoi principali impatti, in modo da rappresentare una leva strategica per migliorare la propria performance ESG.

Il processo di raccolta, elaborazione e controllo dei dati ha visto il coinvolgimento e la collaborazione di tutte le funzioni di Farmacie Italiane, ciascuna in riferimento alle aree di propria competenza.

Il documento viene pubblicato sul sito web. Per ulteriori informazioni ed eventuali approfondimenti è possibile rivolgersi a Giorgia Antonino (giorgia.antonino@grupprofarmacieitaliane.it) o si visiti il sito web: www.grupprofarmacieitaliane.it

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Dichiarazione d'uso	Farmacie Italiane ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1/1/2022 – 31/12/2022 con riferimento agli Standard GRI
Utilizzato GRI 1	GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021

Standard GRI	Informativa	Ubicazione (o informazioni)
GRI 2: Informative Generali – versione 2021	2-1 Dettagli organizzativi	Farmacie Italiane S.r.l. Sede legale Via San Prospero,1 – CAP 20121 Milano (MI)
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Il perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità 2022 include tutto il Gruppo Farmacie Italiane.
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Il periodo di rendicontazione va dal 1° gennaio al 31 dicembre 2022. La frequenza della rendicontazione non è determinabile poiché il presente documento costituisce il primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo. Il punto di contatto è info@grupprofarmacieitaliane.it
	2-4 Revisione delle informazioni	Il documento costituisce il primo Bilancio di Sostenibilità. Pertanto, non sono state effettuate rettifiche.
	2-5 Assurance esterna	Il documento non è stato soggetto a revisione esterna
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	La società, conformemente alle previsioni statutarie, si occupa dell'acquisto e gestione di Società che hanno in gestione retail farmaceutici, parafarmaceutici, cosmetici. Il percorso di sostenibilità
	2-7 Dipendenti	La squadra di Farmacie Italiane
	2-8 Lavoratori che non sono dipendenti	Nel corso del 2022 Farmacie Italiane ha potuto contare sul supporto di: <ul style="list-style-type: none"> • 95 professionisti-farmacisti di cui 70 tramite società di servizi di consulenza e 25 con prestazioni professionali a p.iva • 200 professionisti infermieri e biologi per servizio tamponi tramite cooperativa
	2-9 Struttura e composizione della governance	La governance di Farmacie Italiane
	2 - 10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Il Consiglio di Amministrazione è nominato dall'Assemblea dei soci, che nomina altresì il Presidente. I componenti del CdA sono espressione dei soci, al netto di Medepart (socio di minoranza) che non esprime Consiglieri in Consiglio
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	La governance di Farmacie Italiane
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Il CdA indirizza il percorso di sostenibilità del Gruppo
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	Il CdA ha delegato l'Amministratore Delegato nella gestione degli impatti
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Il CdA prende visione e approva il Bilancio di Sostenibilità

2-15 Conflitti di interesse	La società, al fine di assicurare la correttezza e un'efficace trasparenza della gestione dell'impresa e delle attività aziendali, ha integrato e potenziato il Sistema di Controllo Interno adottando un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo per la prevenzione dei reati in linea con le prescrizioni del Dlgs. 8 giugno 2001 n. 231 e successive modifiche ed integrazioni. All'interno del Modello vengono definite le modalità e gli strumenti per evitare conflitti di interesse.
2-16 Comunicazione delle criticità	Le criticità vengono comunicate in sede di CdA. Non sono state rilevate criticità per il periodo di rendicontazione.
2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	L'importo complessivo dei compensi per il CdA è stabilito tramite le deliberazioni adottate dall'Assemblea. Successivamente, il Consiglio di Amministrazione, in conformità alle disposizioni e alle linee guida pertinenti, determina le retribuzioni dei Consiglieri e dei Consiglieri con incarichi specifici o deleghe (nel caso specifico, limitati all'Amministratore Delegato). Per i dirigenti senior, intesi come membri del personale dirigenziale all'interno dell'organizzazione, la determinazione dei compensi segue lo stesso processo decisionale: il CdA esercita l'autorità decisionale, poiché l'Amministratore Delegato non detiene alcuna delega o competenza in merito alla remunerazione del Personale Dirigente
2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Messaggio di apertura
2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	In caso di violazioni del Codice Etico o del MOG 231, l'Organizzazione pone in essere tutte le azioni necessarie affinché l'eventuale danno arrecato sia compensato e sia prevenuto il ripetersi della violazione. Inoltre, Farmacie Italiane riceve i feedback dai clienti attraverso il customer service dedicato e interviene per risolvere eventuali criticità.
2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	La Società ha predisposto un canale di whistleblowing, articolato in una mailbox dedicata, che garantisce la riservatezza e facilita il flusso informativo.
2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Non si sono verificate non conformità a leggi e regolamenti nel corso del triennio
2-28 Appartenenza ad associazioni	Federfarma, Assoram
2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Il percorso di sostenibilità
2-30 Contratti collettivi	100% dei dipendenti coperti da contratti collettivi

GRI STANDARD	INFORMATIVA	UBICAZIONE
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Il percorso di sostenibilità
	3-2 Elenco dei temi materiali	Il percorso di sostenibilità
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Il valore generato e distribuito
GRI 205: Anticorruzione	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Non si sono registrati violazioni nel triennio
Temi Materiali		
Digitalizzazione, ricerca e innovazione		
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Digitalizzazione, ricerca e innovazione
GRI 418: Privacy dei clienti	418-1: Reclami documentati relativi alla violazione della privacy e a perdita di dati dei clienti	Non si sono registrati reclami documentati relativi a violazioni della privacy e perdita dei dati dei clienti nel triennio
La farmacia per il territorio		
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La farmacia per il territorio
Educazione al farmaco e qualità della vita		
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Educazione al farmaco e marketing responsabile
Centralità del cliente e marketing responsabile		
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Educazione al farmaco e marketing responsabile
Impatto ambientale delle spedizioni		
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Impatto ambientale delle spedizioni
GRI 306	306-3: Rifiuti prodotti	Impatto ambientale delle spedizioni
Engagement e benessere interno		
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Engagement e benessere interno
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-9: Infortuni sul lavoro	Engagement e benessere interno
GRI 401: Occupazione	401-1: Nuove assunzioni e turnover dei dipendenti	Engagement e benessere interno
GRI 405: Diversità e pari opportunità	405-1: Diversità tra i dipendenti e negli organi di governo	Engagement e benessere interno
Sviluppo e formazione del farmacista		
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Sviluppo e formazione del farmacista
GRI 404: Formazione e istruzione	404-1: Ore medie di formazione annue per dipendente	Sviluppo e formazione del farmacista