

# Bilancio Sostenibilità 2023



Il secondo Bilancio di Sostenibilità di Farmacie Italiane conferma l'impegno continuo del Gruppo nel promuovere la salute e il benessere delle persone, contribuendo attivamente all'evoluzione del Sistema Sanitario del nostro Paese.

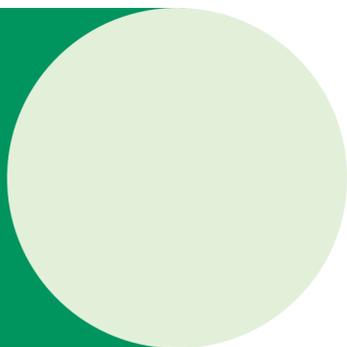
In anticipo rispetto ai futuri requisiti europei in materia di rendicontazione non finanziaria, anche quest'anno il Gruppo presenta un resoconto annuale dei progressi compiuti verso un approccio di sviluppo del business sempre più improntato alla responsabilità e alla consapevolezza.

**KNOWLEDGE PARTNER**

**The European House-Ambrosetti**

Scopri di più sul sito: [www.gruppofarmacieitaliane.it](http://www.gruppofarmacieitaliane.it)

# INDICE DEI CONTENUTI



## 1. Messaggio di apertura

## 2. Farmacie Italiane La farmacia degli italiani

Chi siamo	5
Missione e valori di Farmacie Italiane	5
I servizi di Farmacie Italiane	6
La governance di Farmacie Italiane	7
La Policy ESG	8
Il valore generato e distribuito	9
Il percorso di sostenibilità	10
Gli obiettivi di Sostenibilità	11

## 3. Le sfide del settore del retail farmaceutico

## 4. La farmacia per il territorio

La farmacia dei servizi	14
Aderenza terapeutica	15

## 5. Educazione al farmaco e marketing responsabile

Educazione al farmaco e qualità della vita	16
Centralità del cliente e marketing responsabile	16

## 6. Digitalizzazione, ricerca e innovazione

Soluzioni smart e su misura per il paziente	18
Digitalizzazione dei processi interni	19

## 7. Impatto ambientale

La logistica di Farmacie Italiane	20
Consumi ed emissioni delle farmacie	21

## 8. Engagement e benessere interno

La squadra di Farmacie Italiane	22
L'ascolto dei dipendenti	24
Salute e sicurezza sul lavoro	25

## 9. Sviluppo e formazione del farmacista

La formazione commerciale	26
Legislazione ed etica farmaceutica	27
Formazione e Livestreaming	27
Formazione ESG	27
Percorso di coaching	28

## 10. Nota metodologica

## 11. Indice dei contenuti GRI

# 1. Messaggio di apertura

[GRI 2-22]

Carissime e carissimi,

**Il 2023 è stato un anno di traguardi in molti ambiti per Farmacie Italiane, primo fra tutti la crescita del 22% dei ricavi dell'e-commerce, che ci ha posizionato tra i primi player del settore.**

Questo eccellente risultato riflette il nostro impegno costante verso l'innovazione, bilanciando sapientemente tradizione e modernità nel rispetto della nostra storica vocazione farmaceutica.

**Abbiamo realizzato importanti investimenti per consolidare la nostra posizione come principale gruppo di farmacie omnicanale in Italia**, focalizzandoci nel garantire ai nostri clienti un'offerta integrata con servizi personalizzati di eccellenza. Al centro di tali investimenti vi è stata l'implementazione di innovativi servizi finalizzati a potenziare la digitalizzazione delle interazioni con la nostra clientela, facilitando l'accesso ai servizi sanitari, come la telemedicina, e promuovendo la disponibilità dei farmaci.

Ogni giorno, ci impegniamo a offrire un servizio sempre più completo e capillare, trasformando le nostre farmacie da semplici punti vendita a **centri di salute, radicati nel territorio e progettati per rispondere efficacemente alle crescenti esigenze sanitarie.**

Il modello delle **"Farmacie dei Servizi"**, che si sta sempre più affermando, amplia l'offerta oltre la dispensazione di farmaci, includendo servizi come il benessere dermatologico, i prodotti veterinari e il supporto continuativo per i pazienti cronici.

Questa evoluzione non solo soddisfa in modo completo le necessità dei nostri clienti ma favorisce la **riduzione del carico sul Servizio Sanitario Nazionale (SSN)**, grazie anche alla nostra **strategia omnicanale** che garantisce un'esperienza coerente e di alta qualità, sia online che in loco.

In questo modo, le nostre farmacie si confermano come pilastri fondamentali nella distribuzione di servizi sanitari, contribuendo all'efficienza e alla sostenibilità del SSN.

Il 2023 ha rappresentato un anno cruciale per **consolidare il nostro impegno nella sostenibilità**. Quest'anno abbiamo formalizzato la nostra **Policy ESG**, che stabilisce l'approccio del Gruppo rispetto ai temi di rilevanza strategica.

Inoltre, con il lancio del nuovo Piano di Sostenibilità, abbiamo definito obiettivi quantitativi concreti e misurabili, articolati su tre pilastri principali - Ambiente e Innovazione, Educazione e Responsabilità, e Sviluppo ed Engagement - che ci impegniamo a raggiungere entro il 2026.

La trasformazione delle nostre farmacie e dei nostri servizi è stata possibile solo grazie all'importante **contributo delle persone** che tutti i giorni nelle nostre farmacie, magazzini e nei nostri uffici lavorano con impegno e dedizione per favorire un ambiente di lavoro positivo, basato sulla collaborazione e la partecipazione attiva.

Con fiducia nel viaggio che stiamo seguendo e nell'impatto positivo che continueremo a generare, vi invitiamo a esplorare, nelle pagine che seguono, **i traguardi che abbiamo raggiunto nel 2023.**

Buona lettura

**Umberto Gallo**



# 2. Farmacie Italiane

## La farmacia degli italiani

### Chi siamo

Farmacie Italiane è una delle principali catene di farmacie e parafarmacie private in Italia, nonché il primo gruppo omnicanale nel settore.

Presente su tutto il territorio nazionale, il Gruppo opera nel commercio e nella distribuzione all'ingrosso e al dettaglio di prodotti chimici, farmaceutici e parafarmaceutici attraverso una rete di 56 punti vendita, supportati da oltre 850 professionisti altamente qualificati, che contribuiscono con passione e competenza alla crescita continua del network.

Con l'obiettivo di promuovere una sempre più stretta collaborazione tra sistema sanitario, farmacista e cliente, Farmacie Italiane si impegna a offrire un'esperienza senza soluzione di continuità e personalizzata sulle esigenze dei pazienti.

**Combinare canali tradizionali di vendita in negozio con i canali digitali** consente di ampliare i servizi e le soluzioni offerti, mirando a migliorare l'accessibilità ai farmaci e ai servizi sanitari, e allo stesso tempo offrendo un'esperienza di acquisto conveniente e personalizzata

### 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.

Questa missione si concretizza nel riconoscimento di alcuni principi fondamentali, intrinseci nei **10 valori del Gruppo**.



**49** FARMACIE **7** PARAFARMACIE **1** PIATTAFORMA E-COMMERCE

### 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 transizioni 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.

#### TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

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

#### 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 DELLA 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 riconosciute nel settore.

#### LIBERTÀ E DOVERE DI SEGNALAZIONE

Agiamo per perseguire gli obiettivi e gli interessi generali del Gruppo, evitando che i canali informativi del Gruppo siano utilizzati correttamente per la raccolta di tali segnalazioni

#### PREVENZIONE DEL CONFLITTO DI INTERESSI

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

## I servizi di farmacie Italiane

In linea con l'adempimento della normativa relativa alla Farmacia dei Servizi<sup>1</sup>, Farmacie Italiane si impegna nel creare un modello di farmacia che va oltre la tradizionale vendita di farmaci e prodotti parafarmaceutici, proponendosi come punto di riferimento per la salute e il benessere della comunità, offrendo una vasta gamma di servizi e prestazioni professionali, al fine di migliorare la qualità della vita dei pazienti e promuovere uno stile di vita sano e consapevole.

**Il Gruppo offre una varietà di servizi innovativi, sia di prossimità che digitali, per rispondere alle esigenze dei clienti.** Tra questi, la consegna gratuita a domicilio dei farmaci, la telemedicina e consulenze personalizzate di dermocosmesi.

Inoltre, nel 2023 è stato introdotto il **servizio di consegna a domicilio Fast** che permette di poter ordinare sul sito e-commerce e ricevere il proprio ordine a casa in **90 minuti**.

<sup>1</sup> Decreto del Ministero della Salute 57/2011

## Il servizio di e-commerce

Farmacie Italiane conta anche sul servizio di **e-commerce di FarmaciaLoreto.it** attivo da oltre 20 anni nel soddisfare i bisogni di salute, benessere e bellezza, portando la farmacia direttamente a casa dei cittadini.

**Con uno staff di oltre 100 persone e quasi 200.000 prodotti sempre disponibili, il servizio di spedizione in 24 ore e un customer service** di primissimo livello, sono i principali vantaggi che il sito offre per essere vicini ai clienti anche online.

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, consolidando la sua presenza online e garantendo un'esperienza di acquisto affidabile e conveniente per tutti i clienti.



### Servizi online

*Click and collect  
Ricette elettroniche*

*Consegne a domicilio  
Prenotazione online*



### Servizi in farmacia

*Analisi di prima istanza  
Consulenza dermocosmetica*

*Telemedicina  
Tamponi*



### Assistenza Online

*Assistenza dedicata, mail, telefono e chat*



### Pagamenti sicuri

*Acquista in totale sicurezza e trasparenza*



### Rimborso semplice

*Tempi di rimborso rapidi e sicuri*

# La governance di Farmacie Italiane

[GRI 2-9; 2-10; 2-11; 2-15; 2-25; 2-26; 2-27]

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, nei limiti previsti dalla normativa vigente, con 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 72,65% da F2i SGR, il maggiore gestore indipendente italiano di fondi infrastrutturali, con asset under management per oltre 7 miliardi di euro.

## Consiglio di Amministrazione

La Società è amministrata da un **Consiglio di Amministrazione** (CdA) composto da sette membri (invariati rispetto al 2022) investito della gestione straordinaria e ordinaria, con un ruolo chiave nelle funzioni di indirizzo strategico del business e di coordinamento della struttura organizzativa.

Il CdA si riunisce mensilmente, garantendo una visione periodica delle proprie performance e ha il compito di approvare e rivedere la Policy ESG, nonché di approvare annualmente il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo.

Inoltre, il Consiglio guida l'azione strategica sostenibile del Gruppo, identificando le priorità da implementare.

## Collegio Sindacale

Parallelamente al CdA, il **Collegio Sindacale** agisce come organo di controllo interno composto da tre membri effettivi e due supplenti. Questi membri, o sindaci, hanno il compito di sorvegliare sull'adempimento delle leggi e degli statuti aziendali, garantendo la correttezza e la trasparenza della gestione aziendale in relazione alla salvaguardia degli interessi societari.

I sindaci sono eletti per un mandato di tre anni e possono essere rieletti al termine di esso, offrendo così continuità e stabilità nell'esercizio delle loro funzioni di vigilanza.

# 2023

Membri	Ruolo
<b>Consiglio di Amministrazione</b>	
Rita Ciccone	Presidente
Vincenzo Crimi	Vicepresidente
Umberto Gallo	Amministratore Delegato
Rosaria Calabrese	Consigliere
Carlo Michelini	Consigliere
Antonino Parisi	Consigliere
Cecilia Todarello	Consigliere
<b>Collegio Sindacale</b>	
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. In caso di violazioni del Codice Etico o del MOG 231, l'Organizzazione attua tutte le azioni necessarie affinché l'eventuale danno arrecato sia compensato e sia prevenuto il ripetersi della violazione. Non si sono verificate non conformità a leggi e regolamenti nel corso del triennio.

**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. Le criticità segnalate vengono comunicate in sede di CdA - nel triennio 2021-2023 non sono state rilevate criticità né episodi di corruzione.

## La remunerazione

[GRI 2-19; 2-21]

L'importo complessivo dei compensi per il CdA è stabilito tramite le deliberazioni adottate dall'Assemblea. In conformità alle disposizioni e alle linee guida pertinenti, il CdA determina le retribuzioni dei Consiglieri e dei Consiglieri con incarichi specifici o deleghe, come l'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.

Il rapporto tra la retribuzione totale annuale dell'individuo che riceve la più alta retribuzione e la retribuzione totale annuale mediana di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona) è pari a 5,7 volte. La retribuzione totale annuale dell'individuo più pagato non ha registrato alcuna variazione nel 2023 rispetto al 2022.

## La Policy ESG

[GRI 2-12; 2-13; 2-14; 2-23; 2-24]

**Nel 2022, il Gruppo ha avviato un processo di integrazione della sostenibilità nel proprio business, non solo come adempimento normativo, ma come scelta strategica per generare valore nel lungo periodo.** Questo impegno si è concretizzato nella definizione, nel 2023, della Policy ESG, in linea con la missione, i valori, il Codice Etico e il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo 231 del Gruppo e nel rispetto dei principi di etica aziendale, trasparenza e integrità.

**Per garantire il rispetto degli impegni stabiliti nella Policy ESG e diffondere la cultura della sostenibilità in tutta l'organizzazione, il Gruppo ha implementato un modello di governance diffusa.** Questo modello prevede l'assegnazione di ruoli e responsabilità ai vari owner di processo e organi del Gruppo incaricati di supervisionare l'attuazione e il monitoraggio della Policy.

La Policy ESG è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo. L'**Amministratore Delegato** è responsabile dell'attuazione della strategia di sostenibilità approvata dal CdA e si impegna a sostenere questa direzione nei processi e nelle attività del Gruppo. Coordina inoltre lo sviluppo progressivo delle iniziative e monitora i progetti in corso, garantendo il rispetto dei principi della Policy ESG.

## Il valore generato e distribuito

[GRI 201-1]

Nel corso del 2023, il Gruppo ha gestito un portafoglio di 56 punti vendita, suddivisi in 49 farmacie e 7 parafarmacie. La riduzione del numero di parafarmacie risulta determinata al cambio di strategia che il Gruppo ha avviato già nel 2022 e che prevede una progressiva chiusura della maggioranza di queste, in considerazione dell'evoluzione del settore. Tale configurazione che ha risposto efficacemente alle dinamiche di mercato, contribuendo significativamente alla crescita del fatturato e dei ricavi nel corso dell'anno, che si sono attestati oltre i 240 milioni di €.

Nel 2023 Farmacie Italiane ha generato un valore economico complessivo pari a circa €270 milioni, di cui l'94,8% è stato redistribuito lungo la propria catena del valore e, in particolare, tra i propri fornitori (78%), dipendenti (11%), ai fornitori di capitale (4,5%) e alla Pubblica Amministrazione (0,8%).

Dati economico finanziari

€	2023	2022	2021
Ricavi vendite	243.878.705	234.814.873	173.631.030
Patrimonio netto	78.919.065	16.103.816	51.124.663
Utile netto di esercizio	-4.886.349	-34.173.766	-73.151.542

GRI 201-1: Valore economico direttamente generato e distribuito

Valore economico direttamente generato e distribuito (migliaia di €)	2023		2022		2021	
<b>Valore economico generato</b>	<b>100%</b>	<b>270.528</b>	<b>100%</b>	<b>242.363</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>94,8%</b>	<b>256.345</b>	<b>89,4%</b>	<b>216.650</b>	<b>89,4%</b>	<b>94,9 %</b>
Fornitori	78,2%	211.618	85,2%	206.559	85,2%	89,4%
Valore distribuito ai dipendenti	11,2%	30.306	12,6%	30.549	12,6%	13,2%
Valore distribuito ai fornitori	4,5%	12.310	-4,3%	-10.474	-4,3%	-4,2%
Valore distribuito alla PA	0,8%	2.111	-4,2%	-9.983	-4,2%	-3,5%
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>5,24%</b>	<b>14.183</b>	<b>10,6%</b>	<b>25.713</b>	<b>10,6%</b>	<b>5,1%</b>

# Il percorso di sostenibilità

[GRI 2-6; 3-1; 3-2]

Il percorso di rendicontazione non finanziaria di Farmacie Italiane ha avuto inizio nel 2022 con la pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità, proseguendo nel 2023 con un aggiornamento della pubblicazione, sempre su base volontaria.

L'obiettivo è quello di fornire ai propri portatori di interesse una visione chiara degli aspetti cruciali del business e dei relativi impatti ambientali, economici e sociali più significativi.

In linea con le indicazioni degli Standard GRI 2021, Farmacie Italiane ha condotto un'analisi di materialità per identificare i temi più importanti in termini ESG e i relativi impatti associati alle proprie attività e alla propria catena del valore.

Farmacie Italiane ha valutato i propri impatti aziendali considerando indicatori di portata, perimetro geografico, irrimediabilità e probabilità di accadimento. Successivamente, ha raccolto il punto di vista dei suoi portatori di interesse, condividendo i suoi impatti chiave con 16 rappresentanti delle diverse categorie di stakeholder.

Ciascuno, grazie alla propria esperienza e competenza ha arricchito il punto di vista dell'Azienda e aiutato 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.

L'Azienda ha così definito l'impatto dei temi materiali, contestualizzando le aspettative del Gruppo trasformandole in una spinta per lo sviluppo sostenibile.

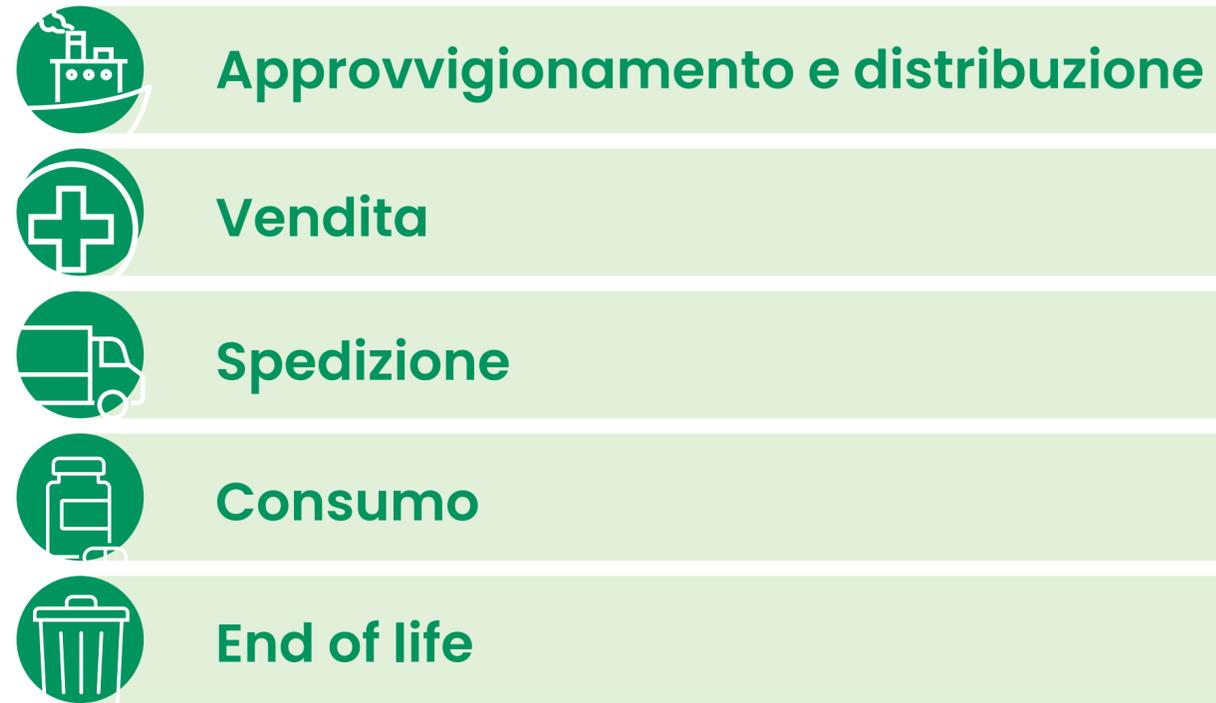
Da un elenco di 15 temi rilevanti, sono stati identificati 8 temi materiali su cui concentrare il proprio impegno e le proprie risorse. In risposta all'importanza crescente delle questioni climatiche, il tema consumi ed emissioni delle farmacie, benché non considerato rilevante nel 2022, è stato riconosciuto come materiale e incluso nella rendicontazione 2023.

GRI 3-2: Lista dei temi materiali

## Temi

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

## Catena del valore di Farmacie Italiane



					
1. Digitalizzazione dell'healthcare, ricerca e innovazione					
2. Sviluppo e formazione del Farmacista					
3. La farmacia per il territorio					
4. Engagement e benessere intimo					
5. Centralità del cliente marketing responsabile					
6. Impatto ambientale delle spedizioni					
7. Educazione al farmaco e qualità della vita					
8. Consumi ed emissioni delle farmacie <span style="float: right;">SOGLIA DI MATERIALITÀ</span>					
9. Qualità e sicurezza di prodotti e servizi					
10. Diversità, equità e inclusione					
11. Aderenza terapeutica e accesso al farmaco					
12. Approvvigionamento e allestimenti sostenibili					
13. Attrattività e retention dei talenti					
14. Privacy e sicurezza dei dati					
15. Rifiuti e circolarità					

# Gli Obiettivi di Sostenibilità

Nel corso del 2023 Farmacie Italiane ha rafforzato il proprio impegno con la definizione del Piano di Sostenibilità. Grazie ad una stretta collaborazione tra le diverse funzioni aziendali e un dialogo costante tra i membri del top management dell'Azienda, sono stati definiti gli obiettivi al 2026 che mirano a consolidare la volontà del Gruppo nel generare un impatto positivo sull'ambiente, sulle persone e sulla società attraverso le proprie attività.

In coerenza con i temi materiali identificati attraverso l'analisi di materialità e con gli impegni assunti con la Policy ESG, Farmacie Italiane ha stabilito 14 obiettivi di Sostenibilità a medio termine, sviluppandoli su tre pilastri principali: Ambiente e Innovazione, Educazione e Responsabilità, Sviluppo ed Engagement.

## I CLUSTER

AMBIENTE E INNOVAZIONE

## II CLUSTER

EDUCAZIONE E RESPONSABILITÀ

## III CLUSTER

SVILUPPO ED ENGAGEMENT

### N. Obiettivo

Target al 2026

#### 1 Innovazione in store

80% delle farmacie con etichette elettroniche  
35/40% del magazzino Casoria automatizzato  
18% pezzi venduti con automazione sul totale  
70% dei punti vendita con touch-point

#### 2 Telemedicina

100% delle farmacie elegibili abilitate per servizi di telemedicina

#### 3 Packaging circolare

22% dei formati di imballaggio con dimensioni ridotte  
+20% di carta riciclata sul totale del packaging utilizzato (vs 2023)

#### 4 Green Delivery

0,40% delle spedizioni partite da punti vendita come Hub invece dal magazzino di Casoria  
100% punti vendita attivati con servizio fast  
2% delle spedizioni effettuate con vettori green  
25% dei rifornimenti delle farmacie nel Lazio effettuati con mezzi elettrici  
Studio di fattibilità per l'inserimento di criteri ESG nella selezione fornitori

#### 5 Farmacia dei servizi

100% delle farmacie elegibili che erogano servizi  
50% dei servizi previsti dalla normativa svolti dalle Farmacie di Gruppo  
30% delle farmacie elegibili che eseguono vaccinazioni  
1% di ricavi da servizi

#### 6 Zero scaduti, zero spreco

-50% del valore degli scaduti di Gruppo (vs. 2023)  
100% di farmacie coinvolte nel Progetto Zero scaduti  
70% punti vendita che aderiscono a servizio di raccolta di farmaci non utilizzati e non ancora scaduti  
100% punti vendita che aderiscono a iniziative locali per il servizio raccolta scaduti (a breve termine)

#### 7 Zero distance

30,2% del fatturato da e-commerce  
100% grandi città coperte da servizio di consegna notturna/serale  
3.000 locker o punti di ritiro attivati  
20% degli ordini con ritiri in punti vendita o in locker

#### 8 Marketing responsabile

400 passaggi medi al giorno da 15 secondi di contenuti informativi e di sensibilizzazione sui ledwall nei punti vendita

#### 9 Soddisfazione dei clienti

4,5/5 di media voto delle recensioni su web  
8/10 di media voto sul feedback nelle farmacie fisiche

#### 10 Educazione al farmaco

12 giornate (4 all'anno) dedicate all'educazione al farmaco in Farmacia

#### 11 Upskilling e Reskilling

20 ore di formazione generale a farmacista all'anno  
100% farmacisti direttori coinvolti in percorsi di formazione  
55% farmacisti coinvolti in percorsi di formazione

#### 12 Formazione specifica

27 ore di formazione specifica in media al farmacista  
45% di farmacisti coinvolti in percorsi di formazione specifica

#### 13 Engagement

45% direttori coinvolti in percorsi di coaching collettivi  
25% farmacisti coinvolti in percorsi di coaching collettivi  
100% dir. di area coinvolti in percorsi di coaching individuale  
Elaborazione di una Politica di Diversity & Inclusion

#### 14 Welfare

Studio di fattibilità per l'adozione di un piano di welfare per tutti i dipendenti

	U. misura	2023	2024	2025	2026
%	26	45	60	80	
%	10	20	30	35/40	
%	16,5	17	17,5	18	
%	0	25	50	70	
%	70,5	80	90	100	
%	20	20,5	21	22	
%	71,75	78	85	91,75	
%	0,28	0,32	0,37	0,4	
%	65	75	85	100	
%	1	1,3	1,6	2	
%	0	10	20	25	
-	-	-	-	-	✓
%	70	80	90	100	
%	60	70	80	90	
%	17	22	27	30	
%	0,4	0,6	0,8	1	
%	0,8	0,7	0,6	0,4	
%	0	30	60	100	
%	10	30	50	70	
%	10	35	75	100	
%	22,7	25,8	28,1	30,2	
%	80	85	90	100	
n.	0	1500	2500	3000	
%	0	5	10	20	
n.	200	250	350	400	
n.	3,5	3,9	4,2	4,5	
n.	6	6,5	7,5	8	
n.	0	4	8	12	
n. ore	1,9	8	16	20	
%	90	93	96	100	
%	25	35	45	55	
n. ore	0	10	20	27	
%	0	15	30	45	
%	0	15	30	45	
%	0	10	20	25	
%	0	33	66	100	
-	-	-	-	-	✓
-	-	-	-	-	✓

# 3. Le sfide del settore del retail farmaceutico

**300 mila**  
LE MORTI PREMATURE CAUSATE DALLA  
CATTIVA QUALITÀ DELL'ARIA OGNI ANNO IN  
EUROPA  
(EEA)

**33**  
LE FARMACIE OGNI 100.000  
ABITANTI IN ITALIA NEL 2023  
(FEDERFARMA)

**46%**  
LA QUOTA DI SHARE OF CHECK-  
OUT PER VOLUMI DI TRANSAZIONI  
FARMACEUTICHE NEL 2023  
(NETCOMM)

## Cambiamenti climatici e salute pubblica: come il quadro socioeconomico e ambientale impatta sulla salute

Gli scienziati di Copernicus lanciano l'allarme sul record di temperature raggiunto nel 2023, che ha superato di 1,4°C la media preindustriale (1850-1900)<sup>2</sup>. Nonostante l'Accordo raggiunto alla COP28 sull'abbandono graduale dei combustibili fossili, mancano misure concrete per contrastare l'aumento delle temperature. L'Unione Europea, grazie al Green Deal, si distingue come leader per raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050 in linea con l'obiettivo dell'Accordo di Parigi di limitare l'aumento delle temperature a +1,5°C rispetto ai livelli preindustriali<sup>3</sup>.

Le condizioni ambientali sempre più precarie influenzano negativamente anche lo stato di salute delle persone. Ad esse sono infatti associate l'emergenza e l'aggravarsi di una vasta gamma di patologie altamente impattanti quali le malattie cardio e cerebrovascolari, le malattie respiratorie, le malattie infettive, le malattie endemiche e i disordini mentali<sup>4</sup>. Ad esempio, le ondate di calore possono innalzare significativamente il rischio di eventi cardiaci come gli infarti. Secondo l'EEA, la cattiva qualità dell'aria ha gravi conseguenze sia sull'ambiente che sulla salute umana, causando circa 300.000 morti evitabili ogni anno solo in Europa.

Nel 2022, 29 città italiane, tra quelle analizzate, hanno superato il limite di 35 giorni di superamento dei livelli di PM10, con numeri significativi registrati a Torino (98), Milano (84), Asti (79), Modena (75), Padova e Venezia (70)<sup>5</sup>, con grandi conseguenti rischi per la salute pubblica.

<sup>2</sup> Copernicus, 2023 is the hottest year on record, with global temperatures close to the 1.5°C limit, 2023.

<sup>3</sup> Rielaborazione The European House – Ambrosetti da dati IPCC, Sesto Assessment Report, 2022.

<sup>4</sup> Sanchez-Vincente S, Tagliaferro T, Coleman JL et al, Polymicrobial nature of tick-borne disease, 2019.

<sup>5</sup> European Environment Agency, L'aria in Europa è sempre più pulita e migliora la salute delle persone, 2023.

<sup>6</sup> The European House – Ambrosetti su dati Agenas, Istat, 2023

<sup>7</sup> I Livelli essenziali di assistenza (LEA) sono le prestazioni e i servizi che il Servizio sanitario nazionale (SSN) è tenuto a fornire a tutti i cittadini.

<sup>8</sup> Cittadinanzattiva, "Rapporto civico sulla salute 2023", 2023.

<sup>9</sup> Ibidem

## Un Sistema Sanitario Nazionale in difficoltà: liste d'attesa e rischi ospedalieri in aumento

In Italia, nonostante un aumento costante del fabbisogno assistenziale, la densità degli operatori sanitari continua a diminuire, passando da 41,3 operatori per 10.000 abitanti nel 2020 a 41,1 nel 2021<sup>6</sup>. Sebbene non si registri una carenza generalizzata di medici, emerge un problema di scarsità in alcuni settori specialistici cruciali per il raggiungimento dei Livelli Essenziali di Assistenza<sup>7</sup>. Anche il problema delle liste d'attesa, accentuato dalla pandemia, evidenzia le crescenti difficoltà del Servizio Sanitario Nazionale nel garantire un accesso equo e tempestivo alle prestazioni sanitarie.

**Quasi il 50% dei cittadini individua nell'allungamento dei tempi di risposta del sistema sanitario pubblico il principale ostacolo all'accesso alle cure.** Visite specialistiche, prestazioni diagnostiche e interventi chirurgici, registrano tempi di attesa che possono superare diversi mesi<sup>8</sup>.

Il Disegno di Legge di Bilancio approvato a ottobre 2023 ha evidenziato la questione delle liste d'attesa presentando tre misure chiave, con una previsione di spesa annua di circa 280 milioni di euro nel prossimo triennio. Tra queste figura il rifinanziamento dei Piani operativi regionali e la possibilità di acquistare servizi sanitari da strutture private accreditate fino alla fine del 2024.

È previsto un aumento delle tariffe orarie per le prestazioni aggiuntive del personale sanitario, fino a 100 euro per il personale medico e 60 euro per il personale infermieristico e tecnico<sup>9</sup>.

## Le farmacie nella sanità di prossimità

L'evoluzione demografica e sanitaria richiede un approccio integrato per affrontare le esigenze dei pazienti anziani e patologie croniche, promuovendo modelli gestionali che favoriscano una presa in carico globale e preventiva. Il ruolo delle farmacie sul territorio si sta evolvendo ampliando l'offerta verso servizi sanitari di prima assistenza, prevenzione e orientamento, integrando l'assistenza territoriale<sup>10,1</sup>.

**In questo senso, in Italia il numero di farmacie è cresciuto del 21,4% dal 2000, raggiungendo una densità di 33 farmacie ogni 100.000 abitanti, con oltre 73.000 farmacisti impiegati.**

Questo elevato rapporto farmacie-abitanti, superiore rispetto ad altri Paesi europei, consente di fornire un servizio su misura agli oltre 4 milioni di italiani che quotidianamente si rivolgono alle farmacie. In particolare, dà assistenza ai 10 milioni di cittadini residenti in centri abitati con meno di 5.000 abitanti, contribuendo a compensare la carenza del sistema sanitario nazionale.

Un esempio rilevante può essere quello delle 7.200 **farmacie rurali**, soprattutto nelle Regioni come Molise, Valle d'Aosta e Calabria, alle quali il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) affida un ruolo cruciale per favorire la domiciliazione delle cure delle persone residenti nelle aree più marginalizzate<sup>11</sup>.

Grazie al Decreto n. 57/2011 che introduce la Farmacia dei Servizi, l'attività delle farmacie va sempre più ad ampliarsi, offrendo una vasta gamma di servizi che vanno dai test diagnostici alla somministrazione di vaccinazioni anti-influenzali. **Le prestazioni di telemedicina hanno registrato un significativo aumento nel 2022, grazie al progetto SmartTelemedicine, che ha coinvolto oltre 6.500 farmacie.**

Sono state erogate più di 352.800 prestazioni, con un aumento del 41% rispetto all'anno precedente, contribuendo in modo rilevante alla prevenzione cardiovascolare e garantendo significativi risparmi economici e sociali per il sistema sanitario<sup>12</sup>.

## Farmacie: forte crescita del settore online

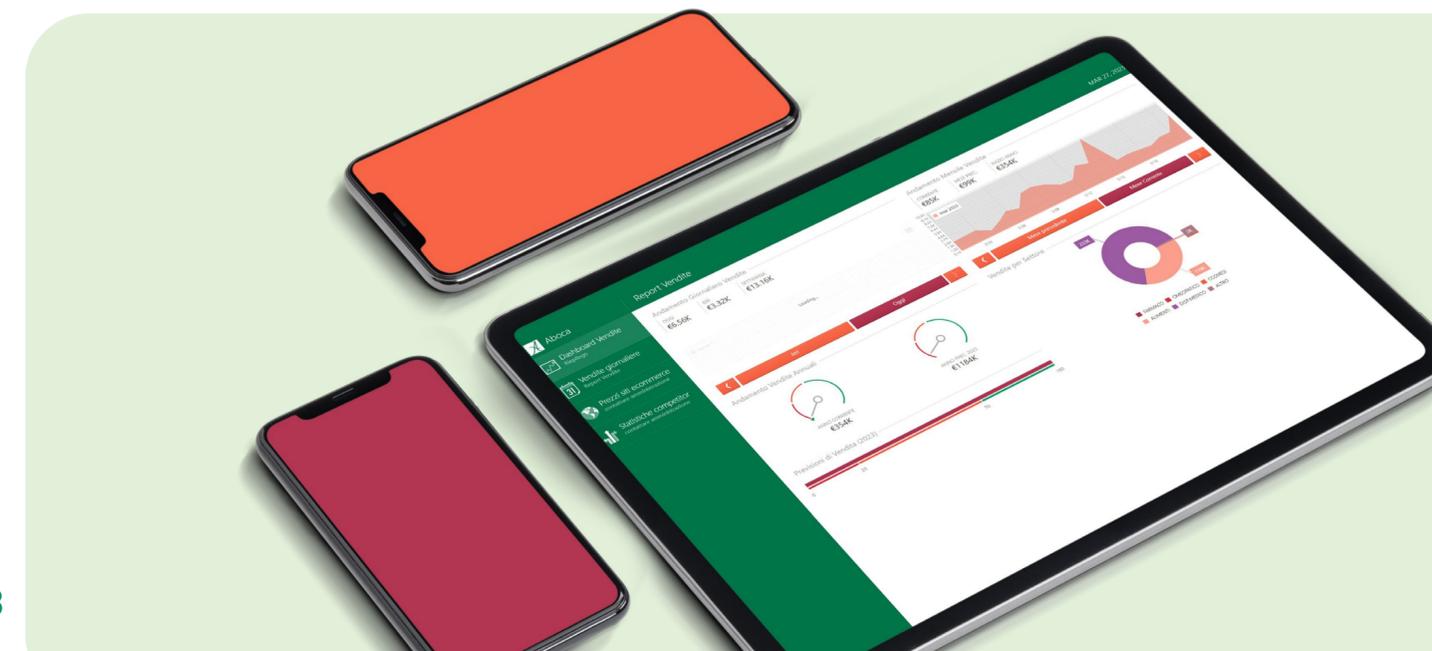
**Il 2023 ha visto una crescita del mercato farmaceutico globale venduto in farmacia, con un aumento del 2,3% in termini di valore, raggiungendo i 17,7 miliardi di euro** rispetto ai 17,3 miliardi registrati nel 2022. Tuttavia, a livello di volumi, le confezioni vendute sono rimaste sostanzialmente stabili, fermandosi a 1,7 miliardi di unità nel 2022<sup>13</sup>.

La categoria di farmaci più venduta è stata quella del sistema cardiovascolare, con un aumento dell'1,2% nelle confezioni vendute e del 3,5% in termini di valore nel 2023. Seguono i farmaci per l'apparato gastrointestinale e metabolismo, che ha registrato un calo del 3,4% nelle unità vendute ma una stabilità in valore (+0,3%), e il sistema nervoso, che ha visto un calo dell'1,5% nelle confezioni vendute ma un aumento del 1,2% in valore.

Parallelamente, **l'e-commerce nel settore della salute e della farmacia ha visto una notevole espansione nel numero di acquirenti online**, con 22,6 milioni di individui che hanno effettuato almeno un acquisto online nel 2023, rispetto ai 9,7 milioni del 2019<sup>14</sup>. Tuttavia, nonostante l'aumento degli acquirenti, il valore complessivo delle transazioni online ha subito una diminuzione del 12,5% rispetto al 2022<sup>15</sup>.

**La crescita delle farmacie online è evidente, con una quota di share of check-out per volumi di transazioni che raggiunge il 46,1%** (e il 41,8% a livello di valore), registrando un aumento sia nel 2023 che nel 2022. La percentuale del fatturato generato dall'online pharma rispetto al totale delle vendite delle farmacie e delle parafarmacie online e territoriali è cresciuta dal 2,6% nel 2019 al 5,5% nel progressivo fino ad agosto 2023<sup>16</sup>. Le categorie di prodotti che registrano la maggiore incidenza di acquisti online sono la dermocosmetica e l'igiene (8,8%) e l'omeopatia (9,4%).

- 10 Fondazione Sicurezza in Sanità (2013), "Le cure primarie nel nuovo assetto organizzativo e funzionale del SSN"
- 11 Federfarma, La farmacia italiana 2023, 2023
- 12 Ibidem
- 13 Pharma Data Factory, 2023
- 14 Osservatorio Netcomm, Digital Health & Pharma Report 2023, 2023
- 15 Osservatorio Netcomm, Digital Health & Pharma Report 2023, 2023
- 16 Ibidem



# 4. La farmacia per il territorio



[GRI 201-1]

## La farmacia dei servizi

Farmacie Italiane si impegna a soddisfare le esigenze specifiche e i servizi richiesti dalle diverse zone e comunità in cui opera attraverso le proprie farmacie e parafarmacie. L'obiettivo principale è garantire un presidio sanitario capillare su tutto il territorio nazionale, offrendo soluzioni pratiche e personalizzate per i clienti, assicurando la disponibilità di prodotti e servizi adatti alle loro specifiche necessità.

Nel corso del 2023, il Gruppo ha investito importanti risorse per trasformare i propri punti vendita 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.

In linea con l'implementazione della normativa sulla Farmacie dei Servizi, nel corso dell'anno sono stati messi a disposizione dei clienti e pazienti una vasta gamma di prodotti e servizi: dalla **telemedicina, attiva in 10 farmacie e oggi focalizzata su cardiologia e pneumologia** (elettrocardiogrammi, holter, spirometria), fino alla possibilità di svolgere **analisi di base** quali emocromo, profilo lipidico completo, PCR, emoglobina glicata. Il **presidio infermieristico è stato attivato in 7 farmacie**.

Il numero di farmacie che offrono vaccini e tamponi Covid è stato ridotto, mentre è stata aggiunta la somministrazione di **vaccini per lo streptococco**. Inoltre, in una delle farmacie del Gruppo, è stata introdotta la **terapia dermatofunzionale**.

1250

VISITE IN TELEMEDICINA

550

ANALISI DI PRIMA ISTANZA

1100

PRESTAZIONI INFERMIERISTICHE  
EROGATE

35

TERAPIE  
DERMATOFUNZIONALI

330

VACCINI ANTINFLUENZALI  
INOCULATI

285

VACCINI COVID-19  
INOCULATI

14700

TAMPONI COVID-19



## L'identikit del 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.



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.



**Facilitiamo l'accesso ai farmaci** mediante il servizio di consegna a domicilio e promuovendo l'accesso ai vaccini



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.



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



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

## Iniziative territoriali: raccolta del sangue a Roma Fiumicino

Per garantire una vicinanza ai cittadini, Farmacie Italiane ha attuato diverse iniziative durante l'anno mirate a rispondere alle esigenze specifiche del territorio.

Un esempio è rappresentato dall'evento del **17 novembre 2023**, per cui è stata organizzata una **raccolta del sangue davanti alla parafarmacia di Roma Fiumicino**.

Grazie alla collaborazione con FRATRES, Donatori di sangue del Gruppo Fiumicino ODV, è stata messa a disposizione un'automedica per facilitare il processo di donazione



## Aderenza terapeutica

I servizi delle farmacie hanno un ruolo importante nel **migliorare la salute e il benessere della società, aiutando i pazienti a 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, possono 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** attraverso un innovativo progetto di presa in carico del paziente e gestione del piano terapeutico, sempre nel rispetto e nei limiti della normativa applicabile.

Il progetto, sviluppato a partire dal novembre 2022, ha avviato 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 ha permesso di testare sul territorio un servizio di alta qualità e personalizzato, mantenendo la peculiarità delle farmacie di quartiere.

## Farmacia Loreto Charity

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.**

Nel 2023 il Gruppo ha effettuato donazioni a Serenamente Onlus per totale di 5.000 euro.

# 5. Educazione al farmaco e marketing responsabile



[GRI 3-3]

## Educazione al farmaco e qualità della vita

L'aumento della disinformazione sanitaria online rappresenta una seria minaccia per la salute pubblica, poiché le informazioni, spesso errate o incomplete, possono indurre in errore i cittadini. In questo contesto, il ruolo del farmacista diventa sempre più cruciale: grazie a competenza ed esperienza, il farmacista può offrire assistenza e supporto al paziente in modo indipendente dalla vendita dei prodotti, rispondendo a dubbi e fornendo 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.

Nel 2023, tramite il proprio canale informativo, il Gruppo ha lanciato numerose campagne di sensibilizzazione, per divulgare consigli utili sulla salute e sulla prevenzione di malattie e sponsorizzare campagne e giornate mondiali per promuovere uno stile di vita sano. Tra le iniziative organizzate durante l'anno è possibile citare: campagne sulla vaccinazione antinfluenzale, condivisione di informazioni sui servizi sanitari tramite social media, sensibilizzazione sul diabete e sull'ictus, consigli sull'assunzione corretta dei farmaci e screening della vitamina D.

Infine, Farmacie Italiane si impegna ad integrare nella propria attività i principi di accessibilità economica ai farmaci, incoraggiando i farmacisti a fornire informazioni accurate sulla scelta 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.

## Centralità del cliente e marketing responsabile

Farmacie Italiane si contraddistingue per la sua 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 2023, grazie all'ampia diffusione della newsletter, ben 910 mila persone hanno potuto ricevere in anteprima informazioni su offerte e promozioni, con un tasso di apertura medio del 9,7% e un tasso di conversione del 2,6%. L'obiettivo del Gruppo è di raggiungere un milione di iscritti entro il 2025. I canali social del Gruppo hanno registrato una crescita del 19% dei follower su Facebook nell'ultimo anno, portando il totale a quasi 65 mila follower.

Parallelamente, il Gruppo pone una grande attenzione al servizio clienti: nel 2023 il customer service ha gestito più di 176 mila casi di assistenza, attraverso diversi touch point come form di contatto, WhatsApp, telefono con una media di 700 e-mail, 200 contatti WhatsApp e 200 chiamate giornalieri.

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 rispondere sempre meglio alle esigenze dei clienti, l'Azienda ha introdotto nel 2023 un servizio di Chatbot, il quale, nei primi tre mesi di attivazione, ha ricevuto e risolto autonomamente più di 2.800 casi di assistenza.

20 Novembre



**Giornata dell'infanzia**  
Per promuovere i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza

Farmacie Italiane  
la tua farmacia omnicanale

21 Settembre



**Giornata mondiale dell'Alzheimer**  
Per accrescere la sensibilità, la consapevolezza e sostenere pazienti e famiglie

## Fidelity Card

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

Utilizzando la card per ogni acquisto, i clienti possono accumulare punti e godere di vantaggi esclusivi in tutti i punti vendita fisici e digitali dell'azienda, partecipando alle promozioni speciali disponibili, facili da controllare grazie all'applicazione dedicata.

Ad oggi sono più di 222 mila gli utenti con fidelity card



Consegna a domicilio



Prenotazione servizi



Ricetta elettronica

+ 222 mila utenti con Fidelity Card

## Trade marketing

Nel 2022, Farmacie Italiane ha sviluppato la 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. **Nel 2023 la funzione ha registrato una crescita economica del +110%**, un risultato attribuibile anche all'adozione di sistemi avanzati di CRM e marketing cloud come Salesforce. Grazie all'implementazione di sistemi di profilazione sempre più sofisticati, il Gruppo ha potenziato l'offerta di strategie di marketing personalizzate, ottimizzando la diffusione delle comunicazioni delle aziende attraverso una vasta gamma di canali, sia online che offline.

I canali pubblicitari offerti includono 263 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.

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 72 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 cartoncini 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 dal Gruppo o fornito dal partner per incentivare il servizio consulenziale e la vendita dei prodotti.

## Live shopping

Farmacie Italiane ha introdotto lo strumento del **liveshopping**, una pratica di e-commerce che consiste nella trasmissione in diretta di eventi di shopping online attraverso piattaforme digitali.

Durante queste *live*, i presentatori mostrano i prodotti, forniscono informazioni dettagliate su di essi e interagiscono con gli spettatori in tempo reale. Gli spettatori hanno la possibilità di fare acquisti direttamente durante la trasmissione, utilizzando apposite funzionalità integrate o link forniti.

Questa modalità di shopping offre un'esperienza coinvolgente e interattiva che simula l'esperienza di fare acquisti in un negozio fisico, consentendo ai consumatori di ottenere informazioni approfondite sui prodotti e di fare acquisti in modo immediato e conveniente senza dover abbandonare la piattaforma di streaming. Nel corso dell'anno sono stati coinvolti 3 dipendenti interni, farmacisti, selezionati per ricevere una formazione e iniziare un percorso da FarmalInfluencer.

Nel 2023 sono state avviate 72 live con una durata media di 37 minuti ciascuna e una media di 67 interazioni per singola trasmissione.



## Riconoscimento dell'e-commerce

Farmacie Loreto ha ottenuto importanti certificazioni e riconoscimenti, tra cui **4,5 stelle su Feedaty**, piattaforma di raccolta e gestione di Recensioni Certificate, con oltre 105.000 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



# 6. Digitalizzazione, ricerca e innovazione



[GRI 3-3]

## Soluzioni smart e su misura per il paziente

### Omnicanalità

Per offrire sempre un'esperienza migliore ai propri clienti, il Gruppo, negli anni, ha portato avanti importanti **progetti di innovazione e digitalizzazione**.

Attualmente, **Farmacie Italiane si distingue come il principale gruppo di farmacie omnicanale in Italia**. Avendo completato il processo di omnicanalità, il Gruppo è ora in grado di garantire un'esperienza fluida e integrata attraverso tutti i canali di comunicazione e interazione, garantendo una transizione senza soluzione di continuità da un canale all'altro, che sia il negozio fisico o il sito web.

Per raggiungere questo traguardo è stato implementato un efficace processo di sincronizzazione dei dati e dei processi tra tutti i canali, consentendo ai clienti di iniziare un'interazione su un canale e di proseguire su un altro, senza compromettere il contesto o la qualità del servizio.

### Telemedicina

Nel 2023, tra i principali progetti promossi da Farmacie Italiane, il **servizio di telemedicina** continua a rivestire un ruolo centrale. Tale servizio è stato **esteso a 11 farmacie**, offrendo la possibilità di prenotare **esami cardiologici e pneumologici**.

Nei prossimi anni, si prevede di ampliarlo ulteriormente ad altre specialità, quali dermatologia e oculistica. Grazie ai servizi di telecardiologia, i pazienti possono eseguire esami come l'elettrocardiogramma, holter o spirometria presso la propria farmacia di fiducia e ricevere i risultati in tempi tempestivi (15 minuti per l'elettrocardiogramma), grazie alla collaborazione con centri di riferimento 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.

### 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.

## La crescita di FarmaciaLoreto.it

Il servizio di e-commerce di Farmacia Loreto ha registrato una notevole crescita dal 2020, evidenziata sia dal significativo aumento del numero di **visitatori unici mensili, che ha superato i 6 milioni al mese quest'anno**, sia dagli ordini medi giornalieri, che hanno superato gli 11 milioni.

Negli ultimi 5 anni, il fatturato medio annuale è cresciuto del 42%, con un incremento di +20 milioni solo nell'ultimo anno. Il traffico generato sul sito è principalmente composto dal 60% di traffico diretto che accede tramite la Home Page, accessibile da diversi dispositivi, con un aumento significativo del 64% nell'accesso da dispositivi mobili rispetto al totale.

Nel 2023 Farmacie Italiane ha 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. A questo si aggiunge anche il servizio **Fast** di consegna a domicilio, introdotto nel 2023, che consente agli utenti di effettuare ordini sul sito e-commerce [www.farmacialoreto.it](http://www.farmacialoreto.it) e ricevere la propria **consegna a casa entro 90 minuti**.

IL SERVIZIO **Fast**

IL TUO ORDINE IN 90 MINUTI

scopri tutti i prodotti su [farmacialoreto.it](http://farmacialoreto.it) e fatteli consegnare comodamente a casa con il servizio **Fast**



## Digitalizzazione dei processi interni

Per offrire sempre un'esperienza migliore ai propri clienti, il Gruppo, negli anni, ha portato avanti importanti **progetti di innovazione e digitalizzazione**.

Attualmente, **Farmacie Italiane si distingue come il principale gruppo di farmacie omnicanale in Italia**. Avendo completato il processo di omnicanalità, il Gruppo è ora in grado di garantire un'esperienza fluida e integrata attraverso tutti i canali di comunicazione e interazione, garantendo una transizione senza soluzione di continuità da un canale all'altro, che sia il negozio fisico o il sito web. Per raggiungere questo traguardo è stato implementato un efficace processo di sincronizzazione dei dati e dei processi tra tutti i canali, consentendo ai clienti di iniziare un'interazione su un canale e di proseguire su un altro, senza compromettere il contesto o la qualità del servizio.

## 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<sup>17</sup>, 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

<sup>17</sup> Non si sono registrati reclami documentati relativi a violazioni della privacy e perdita dei dati dei clienti nel triennio

# 7. Impatto ambientale



[GRI 3-3]

## La logistica di Farmacie Italiane

Farmacie Italiane gestisce quotidianamente circa 3.200 spedizioni, destinando i prodotti sia ai clienti finali sia ai vari punti vendita e altri clienti commerciali. Le attività logistiche sono coordinate da due magazzini di proprietà del Gruppo: **Farma-C** a Roma e **Parafarmacia Loreto Gallo** a Casoria, in provincia di Napoli.

Il magazzino di Roma si occupa di preparare e inviare gli ordini ai punti vendita del Lazio ogni giorno, dal lunedì al venerdì. Per gli altri punti vendita, le spedizioni avvengono da 1 a 3 volte alla settimana, a seconda delle esigenze specifiche. Al contrario, il magazzino di Casoria è dedicato esclusivamente alla gestione degli ordini provenienti dal canale 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 inbound<sup>18</sup> e 15 mezzi motorizzati al giorno per quelle di outbound<sup>19</sup> all'interno dei suoi due stabilimenti

**Nel corso del 2023, Farmacie Italiane ha intrapreso una serie di progetti volti ad aumentare l'efficienza dei propri magazzini**, come a Casoria dove, vista la crescita dei volumi di vendita è stato attivato il passaggio da magazzino principalmente manuale a uno automatizzato o semiautomatizzato.

L'obiettivo della transizione è comportare un notevole miglioramento dell'efficienza, consentendo una più agevole risoluzione di problemi complessi e comportando una riduzione dei costi operativi. L'automazione coinvolgerà diverse fasi delle attività magazzino, tra cui l'entrata e l'uscita delle merci e il processo di allestimento degli ordini.

## 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.

**Anche nel 2023, 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.

<sup>18</sup> Le attività di inbound, ovvero tutte le attività logistiche che portano alla ricezione dei materiali e delle forniture da parte di un'azienda

<sup>19</sup> Le attività di outbound, le attività logistiche che portano alla spedizione dei prodotti finiti ai clienti

Farma-C	Parafarmacia Loreto Gallo
Circa 200 spedizioni al giorno	Circa 3.000 spedizioni al giorno
<b>Inbound</b>	
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
<b>Outbound</b>	
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

Mezzi	n	Distanza giornaliera (km medi per singolo veicolo)	Distanza annuale (km-5giorni a settimana, per singolo veicolo)	Distanza annuale totale (km annui-5 giorni a settimana totali)	Ton CO <sub>2</sub> e
furgoni	3	145	37.803,6	113.410,7	26,3
centinati	1	145	37.803,6	37.803,6	17,5
Totale	4	580	-	151.214,3	43,8
<b>Fattore di emissione</b>			<b>Totale kg CO<sub>2</sub>e per km</b>		<b>Fonte</b>
Vans - Media (fino a 3.5 tonnellate)					Defra 2022
Mezzi pesante (Heavy Goods Vehicle-HGV) - (>a 3.5 tonnellate)					

## Ottimizzazione del packaging e degli imballaggi

Farmacie Italiane adotta 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%.

Nel 2023, ha ridotto 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 e ha **sostituito il 100% dello scotch** utilizzato per gli imballaggi con circa 4.200 metri lineari di carta al giorno.

Grazie a queste iniziative, il Gruppo ha sostituito l'utilizzo di plastica, con circa 158 tonnellate di carta.

## Consumi ed emissioni delle farmacie

Nel 2023, Farmacie Italiane ha registrato un **consumo energetico totale di 11.300 GJ**, equivalente a circa 3.139 MWh, interamente attribuibile all'utilizzo di energia elettrica.

Questo ha segnato un notevole **decremento del 43% rispetto all'anno precedente**, principalmente dovuto alla **riduzione dei punti vendita** di proprietà del Gruppo, che sono passati da 63 a 56.

Del totale dell'energia elettrica acquistata, il **4%** è stato prodotto da **fonti rinnovabili**, con certificazione Garanzia d'Origine (GO).

Non sono stati riportati i consumi diretti, poiché il Gruppo non utilizza gas per il riscaldamento e il raffreddamento degli ambienti. Attualmente, Farmacie Italiane è impegnata nell'espandere la propria infrastruttura per includere nei calcoli delle emissioni anche i consumi derivanti dall'uso del parco auto.

**Le emissioni indirette del Gruppo sono state stimate a circa 920 tonnellate di CO<sub>2</sub>** (Scope 2, Location Based), con una riduzione del 44% rispetto all'anno precedente.

GRI 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione

Consumo di energia GJ	2023	2022	2021
Consumo diretto di energia	-	-	-
Consumo indiretto di energia	11.300	20.016	19.800
<i>Di cui non rinnovabile</i>	10.85	20.016	19.800
<i>Di cui rinnovabile</i>	446	-	-
Consumo totale di energia	11.300	20.016	19.800

GRI 305-1 e 305-2: Emissioni dirette (Scope 1) e indirette di GHG (Scope 2)

Emissioni (t CO <sub>2</sub> ) - Scope 2	2023	2022	2021
Scope 2 Market based (t CO <sub>2</sub> )	920	2.539	2.522
Scope 2 Location based (t CO <sub>2</sub> )	1.378	1.629	1.403

Fattori di emissioni utilizzati

Fattori emissione	2023	2022	2021
Location Based: kWh/tonCO <sub>2</sub> ITA ISPRA	0,00029	0,00029	0,00026
Market Based: AIB - European Residual Mixes kgCO <sub>2</sub> /kWh	0,45857	0,45857	0,45700

# 8. Engagement e benessere interno



[GRI 3-3; 2-7; 2-8; 2-30; 405-1; 401-1; 403-1; 403-9]

## La squadra di Farmacie Italiane

Nel 2023, Farmacie Italiane ha potuto contare sull'impegno di 766 persone, distribuite tra gli uffici di Roma e i punti vendita dislocati sul territorio.

Il 91% dei dipendenti è assunto a tempo indeterminato e il 93% lavora a tempo pieno - l'adozione di contratti part-time è stata prevista per rispondere a specifiche esigenze individuali dei dipendenti. Il 100% dei dipendenti è coperto da contratti collettivi.

Il Gruppo è da sempre sensibile alla tutela della parità di genere, come dimostrato dalla composizione della propria forza lavoro, al 60% da donne.

La quota dei giovani sotto i 30 anni in Azienda è aumentata del 45% rispetto al 2022 e rappresenta oggi il 16%.

La maggior parte dei dipendenti (63%) si trova nella fascia di età tra i 30 e i 50 anni, mentre il rimanente 21% è sopra i 50 anni.

GRI 2-7: Dipendenti

2023			2022			2021		
Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale
460	306	766	452	265	717	374	250	624

	2023			2022			2021		
	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale
Tempo indeterminato	437	258	695	410	228	638	338	221	559
Tempo determinato	23	48	71	42	37	79	36	29	65
<b>Totale</b>	<b>460</b>	<b>306</b>	<b>766</b>	<b>452</b>	<b>265</b>	<b>717</b>	<b>374</b>	<b>250</b>	<b>624</b>
Tempo pieno	410	299	709	405	256	661	328	222	550
Tempo parziale	50	7	57	47	9	56	46	28	74
<b>Totale</b>	<b>460</b>	<b>306</b>	<b>766</b>	<b>452</b>	<b>265</b>	<b>717</b>	<b>374</b>	<b>250</b>	<b>624</b>

Organi di governo (%)	2023			2022			2021		
	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	1	2	3
> 50	3	1	4	3	1	4	4	1	5
<b>Totale</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>8</b>

Dipendenti per genere	2023		2022		2021				
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne			
Dirigenti	1	1	2	1	4	2			
Quadri	86	199	87	179	66	91			
Impiegati	188	257	145	267	141	283			
Operai	31	3	32	4	33	4			
<b>Totale</b>	<b>306</b>	<b>460</b>	<b>266</b>	<b>451</b>	<b>244</b>	<b>380</b>			
Dipendenti per età	2023			2022			2021		
	< 30 anni	30 - 50	> 50	< 30 anni	30 - 50	> 50	< 30 anni	30 - 50	> 50
Dirigenti	0	1	1	0	2	1	0	2	4
Quadri	9	210	66	8	205	53	0	153	4
Impiegati	101	255	89	64	260	88	100	184	140
Operai	11	18	5	11	19	6	2	35	0
<b>Totale</b>	<b>121</b>	<b>484</b>	<b>161</b>	<b>83</b>	<b>486</b>	<b>148</b>	<b>102</b>	<b>374</b>	<b>148</b>

## Ricerca e attrazione di talenti

Nel 2023, Farmacie Italiane ha incrementato il proprio organico assumendo 155 nuovi dipendenti, di cui il 54% donne e il 43% sotto i 30 anni.

Il tasso di turnover negativo è del 14%, con 110 cessazioni registrate durante l'anno. Il Gruppo si impegna attivamente per migliorare l'attrazione e la ritenzione dei talenti, incentrando le proprie strategie su flessibilità oraria e collocamento ottimale del personale, al fine di rispondere efficacemente alle esigenze dei suoi collaboratori.

Parallelamente, nel 2023 è stata riproposta la campagna di recruiting introdotta durante il Pharma-Expo di Napoli dell'anno precedente. Questa iniziativa ha visto il coinvolgimento diretto di 10 professionisti tra dipendenti e direttori, i quali hanno condiviso le proprie esperienze lavorative attraverso video realizzati spontaneamente, fornendo così una testimonianza genuina della vita all'interno di Farmacie Italiane.

Alcuni farmacisti coinvolti hanno anche partecipato di persona alla fiera, supportando il team HR nell'accoglienza dei candidati e nel trasmettere direttamente la propria esperienza lavorativa.

## L'ascolto dei dipendenti

Per far fronte alle aspettative e alle richieste dei propri dipendenti, 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.

Il Gruppo, infatti, adotta metodi di turnazione che mirano a 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, il Gruppo si impegna 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 al fine di garantire un ambiente lavorativo stabile e coerente con le necessità personali.

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.

Ulteriori benefit come l'assistenza sanitaria aggiuntiva, i buoni pasto per i farmacisti, premio figli a carico, permessi studio e 8 giornate al mese di smart working per le funzioni corporate sono stati introdotti negli ultimi anni per migliorare l'equilibrio vita privata e lavoro dei propri dipendenti.

a. Assunzioni	2023	2022	2021
< 30 anni	67	46	30
30 - 50	74	128	83
> 50	14	26	21
<b>Totale</b>	<b>155</b>	<b>200</b>	<b>134</b>
Donne	83	87	61
Uomini	72	113	73
<b>Totale</b>	<b>155</b>	<b>200</b>	<b>134</b>
Totale dipendenti	766	717	624
<b>Tasso di assunzioni</b>	<b>20%</b>	<b>28%</b>	<b>21%</b>

b. Cessazioni	2023	2022	2021
< 30 anni	20	22	16
30 - 50	68	41	76
> 50	22	9	26
<b>Totale</b>	<b>110</b>	<b>72</b>	<b>118</b>
Donne	50	32	46
Uomini	60	40	72
<b>Totale</b>	<b>110</b>	<b>72</b>	<b>118</b>
Totale dipendenti	766	717	624
<b>Tasso di cessazioni</b>	<b>14%</b>	<b>10%</b>	<b>19%</b>

Tasso di turnover per genere e per età	2023	2022	2021
Uomini	16%	12%	18%
Donne	13%	9%	19%
< 30 anni	17%	27%	16%
30 - 50	14%	8%	20%
> 50	14%	6%	18%
<b>Tasso di turnover negativo</b>	<b>14%</b>	<b>10%</b>	<b>13%</b>

## Indagine interna

Con l'obiettivo di migliorare continuamente e rispondere efficacemente alle esigenze del personale, Farmacie Italiane ha condotto nel 2023 un'indagine di clima organizzativo attraverso un questionario composto da 43 domande che coprivano vari ambiti, quali: Lavoro e Responsabilità, Ambiente di Lavoro, Collaborazione e Teamwork, Leadership e Gestione, Sviluppo Professionale, Comunicazione e Valutazione Generale.

L'indagine ha raccolto 360 compilazioni, con i partecipanti che hanno espresso le loro percezioni attraverso un sistema di valutazione da 1 a 10. Questo approccio quantitativo ha permesso all'azienda di mappare chiaramente i propri punti di forza e le aree di sviluppo.

I dati hanno rispecchiato un buon risultato rispetto a "Collaborazione e Teamwork", con un punteggio medio di 8,6, mentre si rivelano margini di miglioramento nell'ambito "Comunicazione".

## 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.

Il Gruppo ha nominato un medico competente e un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), in linea con le prescrizioni di legge sulla sicurezza dei dipendenti.

Inoltre, nei punti vendita con maggiore rischio è prevista la presenza di personale di vigilanza.

**Nel 2023 si sono registrati 4 infortuni, nessuno con gravi conseguenze, con un tasso di infortuni che è passato da 3,8 nel 2022 a 3,2 nel 2023.**

Infortuni sul lavoro dipendenti (n)	2023	2022	2021
Infortuni registrabili	4	5	9
Tasso di infortuni	3,2	3,8	7,8
di cui decessi	0	0	0
Tasso di decessi	0	0	0
di cui con gravi conseguenze	0	0	0
Indice di gravità	0	0	0
Ore lavorate (n)	1.242.356	1.331.685	1.159.160



# 9. Sviluppo e formazione



[GRI 3-3; 404-1]

Nel corso del 2023, Farmacie Italiane ha implementato una nuova strategia formativa, introducendo **cinque distinti programmi mirati**: commerciale, specifico per i farmacisti, scuola dedicata al livestreaming, corso focalizzato sulla sostenibilità e sessioni di coaching. Quest'innovazione ha significativamente **aumentato il volume di formazione erogato**, con **più di 6.000 ore fornite** a 643 dipendenti, **elevando così la media annuale di ore di formazione per dipendente da 1,9 nel 2022 a 9,4 nel 2023**.

L'obiettivo di questa intensificazione era di rivitalizzare l'attività educativa dopo l'interruzione causata dalla pandemia di Covid-19, promuovendo l'engagement e la crescita professionale dei farmacisti così come degli altri dipendenti. In questo contesto, il Gruppo ha collaborato strettamente con società specializzate in servizi di formazione e consulenza per offrire percorsi di apprendimento pratici e adatti alle necessità emergenti del mercato e allo sviluppo professionale del personale, identificate tramite un'analisi delle esigenze.

## La formazione commerciale

Tra febbraio e novembre 2023, Farmacie Italiane ha erogato un totale di **68 sessioni formative focalizzate su tematiche commerciali**, suddivise tra modalità online e in presenza. Specificamente, 48 di queste sessioni sono state condotte via webinar, per un totale 96 ore, mentre le rimanenti 20 sessioni si sono svolte in presenza, per un totale di 80 ore.

Le sessioni hanno spaziato su vari argomenti, con una prevalenza di incontri su **dermocosmesi** (41 sessioni), seguiti da **omeopatia** (11 sessioni), **integrazione alimentare e salute** (8 sessioni), **fitoterapia** (5 sessioni), e infine **etica professionale e veterinaria** (2 sessioni ciascuno). Questa diversificazione ha permesso di trattare aspetti fondamentali e attuali del settore.

**In aggiunta, l'impegno formativo di Farmacie Italiane si è esteso anche ai servizi, con particolare attenzione alle innovazioni nel campo della telemedicina e delle competenze cliniche di base.** Un gruppo selezionato di 50 farmacisti ha partecipato a due sessioni di 1,5 ore su **telecardiologia e telepneumologia** combinando teoria e pratica direttamente in farmacia, oltre a 3 ore di formazione sulle **analisi di prima istanza**, un servizio sempre più richiesto nei punti vendita.

Un altro modulo formativo è stato quello sulle **vaccinazioni antinfluenzali e Sars-CoV-2**, che ha visto la partecipazione di 20 farmacisti per un totale di 20 ore. Questo corso, offerto gratuitamente tramite il portale EDUISS, ha compreso lezioni teoriche, un esame obbligatorio e una sessione pratica di inoculazione, consolidando così le competenze essenziali per rispondere efficacemente alle esigenze sanitarie attuali.

Ore di formazione per categoria	2023	2022	2021
Dirigenti	16	0	0
Quadri	2.373	656	862
Impiegati	3.550	674	874
Operai	116	44	136
<b>Totale</b>	<b>6.055</b>	<b>1.376</b>	<b>1.872</b>

404-1: Ore medie di formazione annua per dipendente

Ore medie di formazione per categoria	2023	2022	2021
Dirigenti	8,0	0	0
Quadri	9,8	2,5	5,5
Impiegati	9,3	1,6	2,0
Operai	6,8	1,3	3,7
<b>Totale</b>	<b>9,4</b>	<b>1,9</b>	<b>3,0</b>

## Legislazione ed etica farmaceutica

In continuità con il percorso avviato l'anno scorso, sono stati erogati due corsi di formazione che hanno visto un totale di 147 partecipazioni:

- **Cardiologia con S+ by SANDOZ ACADEMY:** erogato attraverso una piattaforma e-learning specificamente pensata per i farmacisti, il corso ha approfondito due tematiche cruciali della salute cardiovascolare, l'ipertensione e le dislipidemie. Questa formazione intensiva di 10 ore ha visto la partecipazione di 43 farmacisti, tra cui 12 ricoprivano il ruolo di direttori.
- **Fondamenti di Legislazione Farmaceutica e di Gestione Tecnica in Farmacia:** un percorso formativo di aggiornamento sulle normative che regolano la dispensazione dei farmaci e la gestione tecnica delle farmacie. Il programma ha trattato tematiche cruciali come le responsabilità civili e penali dei direttori di farmacia, il maneggio degli stupefacenti, le operazioni del laboratorio galenico e gli standard HACCP. La formazione ha visto la partecipazione di 52 direttori di farmacia e 52 vicedirettori, per un totale di 104 professionisti, ciascuno dei quali ha partecipato a sessioni della durata di 6 ore.

## Formazione Livestreaming

**Il Gruppo ha lanciato la "Scuola di Live Streaming", un programma progettato per formare alcuni dipendenti selezionati**, consentendo loro di entrare a far parte del team di streamer aziendale.

La scuola di live streaming era aperta a tutti i dipendenti del Gruppo appartenenti alle categorie di farmacisti, esperti in dermocosmesi, cosmetologi e addetti alle vendite senior. Gli interessati hanno inviato una video candidatura che è stata esaminata dal reparto Risorse Umane e dalla responsabile della scuola di streaming.

Dopo un'attenta selezione, cinque risorse sono state scelte per partecipare al programma: tre farmaciste e due addetti alle vendite con specializzazione in dermocosmesi. I membri di questo team hanno il compito di presentare prodotti in diretta sui canali e-commerce Loreto Gallo, con particolare focus su farmaci e prodotti di dermocosmesi.

Questo percorso non solo ha arricchito le competenze dei partecipanti, ma ha anche ampliato le possibilità di interazione diretta con i clienti, migliorando l'esperienza di acquisto online e rafforzando la presenza digital del Gruppo.

## Formazione ESG

**Farmacie Italiane ha arricchito il suo programma formativo con un nuovo corso dedicato alla sostenibilità, rivolto alle prime linee del Gruppo.** La formazione effettuata ha consentito di creare una base per comprendere i concetti, i linguaggi e gli strumenti relativi ai temi ambientali, sociali e di governance più significativi.

Gli argomenti trattati durante il corso hanno riguardato una panoramica generale sui principi e le pratiche aziendali di sostenibilità e l'evoluzione degli standard di rendicontazione, al fine di analizzare i trend globali e locali e mettere a fuoco le sfide e le opportunità emergenti per un Gruppo come Farmacie Italiane.



## Percorso di coaching

Il Gruppo ha lanciato un'importante iniziativa di sviluppo personale, offrendo un **percorso di coaching individuale** a una selezione di dipendenti della sede centrale, responsabili di funzione e direttori di area. L'obiettivo di questa iniziativa è stato di identificare e **coltivare le aree di miglioramento** personale, oltre a sviluppare le competenze manageriali necessarie per i loro ruoli specifici.

In particolare, il programma ha coinvolto 10 membri dello staff della sede e 2 direttori di area, ciascuno dei quali ha partecipato a 10 sedute.

Il coaching è stato strutturato per stabilire obiettivi personalizzati di miglioramento, che non solo hanno riguardato lo sviluppo individuale ma anche il rafforzamento di alcune unità di business strategiche. L'efficacia di questi percorsi è stata costantemente monitorata attraverso indicatori di performance specifici, definiti all'inizio del programma e verificati regolarmente.

In vista dei successi ottenuti, nel 2024 Farmacie Italiane prevede di estendere il progetto di coaching a ulteriori figure di staff e a tutti i direttori di area.

## Convention aziendali

**Nel 2023, Farmacie Italiane ha organizzato due convention aziendali a Bologna e Roma, che hanno rispettivamente ospitato 788 e 315 persone.**

Questi eventi hanno offerto ai partecipanti opportunità di networking e apprendimento. Le giornate sono state ottimizzate per unire sessioni di formazione a momenti di socializzazione e confronto con l'industria farmaceutica.

Il programma della giornata del 12 ottobre tenutasi a Roma, in particolare, ha visto un momento introduttivo a cura dell'Amministratore Delegato per presentare la vision e la mission del Gruppo e porre le basi per comprendere a fondo gli obiettivi e le aspirazioni future.

A seguire, una sessione di formazione esperienziale che ha combinato teoria e attività pratiche di gruppo, ha permesso di stimolare l'apprendimento e facilitato l'assimilazione dei principi essenziali del team building.



# 10. Nota metodologica

**Il Bilancio di Sostenibilità del 2023 rappresenta lo strumento di comunicazione di Farmacie Italiane per fornire informazioni ai propri stakeholder riguardo il percorso di sostenibilità del Gruppo, fornendo una rendicontazione accurata, esaustiva e trasparente, dei risultati conseguiti e del loro andamento. Il perimetro della rendicontazione di sostenibilità coincide con quello del Bilancio economico consolidato.**

Le informazioni all'interno del documento fanno riferimento all'ultimo anno fiscale – **dal 1° gennaio al 31 dicembre 2023** – e i temi trattati sono presentati assicurando, ove possibile, un confronto con il biennio precedente (2022 e 2021) al fine di restituire una comparazione delle performance del Gruppo nel tempo.

**Il Bilancio è stato redatto con riferimento agli standard GRI** (edizione 2021). Nel testo, in corrispondenza dei contenuti che rispondono ai requisiti del GRI, sono segnalati i codici identificativi riportati in parentesi quadre [GRI] e l'evidenza dei contenuti non è stata verificata da una società di revisione esterna. Non sono state effettuate rettifiche ai dati rispetto alla scorsa edizione.

**Il bilancio si concentra su 10 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, irrimediabilità e probabilità, in linea con i requisiti del GRI e dei futuri standard europei ESRS.

**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@gruppofarmacieitaliane.it](mailto:giorgia.antonino@gruppofarmacieitaliane.it)) o si visiti il sito web: [www.gruppofarmacieitaliane.it](http://www.gruppofarmacieitaliane.it)

# 11. Indice dei contenuti GRI

<b>Dichiarazione d'uso</b>	Farmacie Italiane ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1/1/2023 – 31/12/2023 con riferimento agli Standard GRI
<b>Utilizzato GRI 1</b>	GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021

<b>Standard GRI</b>	<b>Informativa</b>	<b>Ubicazione (o informazioni)</b>
<b>GRI 2: informative</b>	<b>2-1 Dettagli organizzativi</b>	Chi siamo
<b>Generali - versione 2021</b>	<b>2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione</b>	Nota metodologica
	<b>2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto</b>	Nota metodologica
	<b>2-4 Revisione delle informazioni</b>	Nota metodologica
	<b>2-5 Assurance esterna</b>	Nota metodologica
	<b>2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business</b>	Chi siamo Il percorso di sostenibilità
	<b>2-7 Dipendenti</b>	La squadra di Farmacie Italiane
	<b>2-8 Lavoratori che non sono dipendenti</b>	La squadra di Farmacie Italiane
	<b>2-9 Struttura e composizione della governance</b>	La governance di Farmacie Italiane
	<b>2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo</b>	La governance di Farmacie Italiane
	<b>2-11 Presidente del massimo organo di governo</b>	La governance di Farmacie Italiane
	<b>2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti</b>	La governance di Farmacie Italiane

Standard GRI	Informativa	Ubicazione (o informazioni)
Generali - versione 2021	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	La governance di Farmacie Italiane
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	La governance di Farmacie Italiane
	2-15 Conflitti di interesse	La governance di Farmacie Italiane
	2-16 Comunicazione delle criticità	La governance di Farmacie Italiane
	2-18: Valutazione della performance del massimo organo di governo	La governance di Farmacie Italiane
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	La governance di Farmacie Italiane
	2-21 Tasso della retribuzione totale annua	La governance di Farmacie Italiane
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Messaggio di apertura
	2-23: Impegni assunti tramite policy	La Policy ESG
	2-24: Integrazione degli impegni in termini di policy	La Policy ESG
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	La governance di Farmacie Italiane
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	La governance di Farmacie Italiane
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	La governance di Farmacie Italiane
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Federfarma, Assoram
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Il percorso di sostenibilità
2-30 Contratti collettivi	La squadra di Farmacie Italiane	

Standard GRI	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	La governance di Farmacie Italiane

## Temi materiali

### Digitalizzazione, ricerca e innovazione

GRI 3: Temi Materiali 2021	<b>3-3 Gestione dei temi materiali</b>	Digitalizzazione, ricerca e innovazione
GRI 418: Privacy dei clienti	<b>418-1: Reclami documentati relativi alla violazione della privacy e a perdita di dati dei clienti</b>	Digitalizzazione, ricerca e innovazione

### La farmacia per il territorio

GRI 3: Temi Materiali 2021	<b>3-3 Gestione dei temi materiali</b>	La farmacia per il territorio
----------------------------	--	-------------------------------

### Educazione al farmaco e qualità della vita

GRI 3: Temi Materiali 2021	<b>3-3 Gestione dei temi materiali</b>	Educazione al farmaco e marketing responsabile
----------------------------	--	--

### Centralità del cliente e marketing responsabile

GRI 3: Temi Materiali 2021	<b>3-3 Gestione dei temi materiali</b>	Educazione al farmaco e marketing responsabile
----------------------------	--	--

### Impatto ambientale

GRI 3: Temi Materiali 2021	<b>3-3 Gestione dei temi materiali</b>	Impatto ambientale
GRI 306: Rifiuti	<b>306-3: Rifiuti prodotti</b>	Impatto ambientale
GRI 302: Energia	<b>302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione</b>	Impatto ambientale
GRI 305: Emissioni	<b>305-1: Emissioni dirette di GHG (Scope 1)</b>	Impatto ambientale
GRI 305: Emissioni	<b>305-2: Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)</b>	Impatto ambientale

### Engagement e benessere interno

GRI 3: Temi Materiali 2021	<b>3-3 Gestione dei temi materiali</b>	Engagement e benessere interno
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	<b>403-9: Infortuni sul lavoro</b>	Engagement e benessere interno
GRI 401: Occupazione	<b>401-1: Nuove assunzioni e turnover dei dipendenti</b>	Engagement e benessere interno
GRI 405: Diversità e pari opportunità	<b>405-1: Diversità tra i dipendenti e negli organi di governo</b>	Engagement e benessere interno

### Sviluppo e formazione del farmacista

GRI 3: Temi Materiali 2021	<b>3-3 Gestione dei temi materiali</b>	Sviluppo e formazione del farmacista
GRI 404: Formazione e istruzione	<b>404-1: Ore medie di formazione annue per dipendente</b>	Sviluppo e formazione del farmacista