LA BUONA IMPRESA innova!

Biodiversità aziendale e orientamento al bene comune

A cura di
Valentina Cucino, Alberto Di Minin,
Luca Ferrucci e Andrea Piccaluga



Pacini Editore
150

LA BUONA IMPRESA innova!

Biodiversità aziendale e orientamento al bene comune

A cura di

Valentina Cucino, Alberto Di Minin, Luca Ferrucci e Andrea Piccaluga

Pacini Editore

Finanziato dall'Unione europea NextGenerationEU

Ministero dell'Università e della Ricerca

Italiadomani PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA

NATIONAL BIODIVERSITY FUTURE CENTER

Volume finanziato nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) – Missione 4 Componente 2 Investimento 1.4 – "Potenziamento strutture di ricerca e creazione di 'campioni nazionali di R&S' su alcune Key Enabling Technologies", finanziato dall'Unione europea – NextGenerationEU, Centro Nazionale della Biodiversità – NBFC, id. CN00000033 – CUP J53C21000290006.

I punti di vista e le opinioni espresse sono tuttavia solo quelli degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione europea o della Commissione europea. Né l'Unione europea né la Commissione europea possono essere ritenute responsabili per essi.

© Copyright 2026 Valentina Cucino, Alberto Di Minin, Luca Ferrucci e Andrea Piccaluga

ISBN 979-12-5486-684-9

Realizzazione editoriale

150 1872 - 2022 Pacini Editore

150 anni nell'editoria di qualità

Via A. Gherardesca
56121 Ospedaletto (Pisa)
www.pacinieditore.it

Responsabile di redazione e progetto grafico
Margherita Cianchi

L'editore resta a disposizione degli aventi diritto con i quali non è stato possibile comunicare e per le eventuali omissioni.

Le fotocopie per uso personale del lettore (per propri scopi di lettura, studio, consultazione) possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume, escluse le pagine pubblicitarie, dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dalla Legge n. 633 del 1941 e a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi: https://www.clearedi.org/topmenu/HOME.aspx.

indice

Prefazione
Leonardo Becchetti 5

Biodiversità aziendale e orientamento al bene comune
Valentina Cucino, Alberto Di Minin, Luca Ferrucci e Andrea Piccaluga 9

Loccioni: radici locali e innovazione globale
Gianluca Gionfriddo, Valentina Cucino e Andrea Piccaluga 29

COELMO per la diversità e l'inclusione
Martina Tafuro e Andrea Piccaluga 41

La generatività di Finsea: un ecosistema generativo per la sostenibilità e l'economia circolare
Jacopo Cricchio 51

Produrre consapevolmente per la massima qualità: il caso di Edra
Alessandro Angeletti 63

La generatività organizzativa nelle PMI: l'esperienza di Ricca IT tra leadership diffusa e welfare distribuito
Rosario Faraci e Rosaria Ferlito 75

FAAC: creare valore con un azionista non convenzionale
Giovanni Tolin, Andrea Piccaluga e Fabio Poles 87

Aboca per la salute e il bene comune
Martina Tafuro, Alberto Di Minin e Andrea Piccaluga 97

Banca Etica: la finanza come leva di rigenerazione sociale
Silvia Iossa 107

La forza della gentilezza: la leadership gentile di Vimi Fasteners
Giulia Angelucci e Laura Michelini 117

Gruppo Todisco: dalle radici familiari alle dinamiche di restituzione
Gianluca Gionfriddo e Andrea Piccaluga 129

Gruppo Lupi: professionalità e impegno sociale nel settore della sicurezza
Martina Tafuro e Andrea Piccaluga 137

Margaritelli SpA e Fondazione Giordano per la sostenibilità integrale
Luca Ferrucci e Antonio Picciotti 145

Dal consumo alla rigenerazione: Andriani e la nuova frontiera dell'agroalimentare
Valentina Cucino e Nora Annesi 157

Innovazione rigenerativa e impatto ecosistemico: il caso NATIVA
Giulio Ferrigno e Valentina Cucino 171

Biografie delle Autrici e degli Autori 185

Aboca per la salute e il bene comune

Martina Tafuro, Alberto Di Minin e Andrea Piccaluga

1. Introduzione

Laudato si', mi' Signore, per sora nostra matre terra,
la quale ne sustenta et governa,
et produce diversi fructi con coloriti flori et herba.

San Francesco d'Assisi, *Cantico delle Creature*

Le parole del *Cantico delle Creature*, pur risalendo a otto secoli fa, introducono perfettamente lo spirito di Aboca, localizzata in un territorio marcatamente francescano: un'impresa che promuove la salute dell'uomo partendo dalla terra, "nostra matre", che ci sostiene e ci governa. Questa visione, fondata sulla convinzione che la natura sia una risorsa terapeutica inesauribile, guida l'intera attività dell'azienda. Aboca infatti sviluppa prodotti naturali sicuri ed efficaci, adottando un approccio innovativo alla salute noto come *System Medicine*, che considera l'essere umano parte di un ecosistema complesso, fatto di interazioni biochimiche, fisiologiche e ambientali.

Secondo l'Amministratore Delegato Massimo Mercati: *"Il tema della salute è strettamente collegato a quello della sostenibilità; non ci può essere l'una senza l'altra. Così come non ci può essere impresa senza sostenibilità, altrimenti ne negheremmo la stessa funzione economico-sociale"*. Questa affermazione riassume il modello di Aboca: un'impresa che integra salute, sostenibilità e responsabilità sociale in una strategia coesa. L'azienda persegue un impatto positivo non solo nel settore sanitario, ma anche a livello di comunità locale e nell'ambiente.

Aboca opera per promuovere un approccio integrato e olistico alla salute umana, animale e ambientale. L'azienda riconosce l'importanza fondamentale dell'equilibrio ecologico per il benessere globale, affrontando attivamente le sfide legate alla biodiversità a livello globale. È quindi un esempio di impresa sana e in crescita dal punto di vista economico, che integra sostenibilità ambientale, respon-

sabilità sociale e profitto, dimostrando che è possibile perseguire il bene comune in un percorso di crescita economica armonioso. Le intuizioni del fondatore sono senza dubbio alla base di questa visione integrata. Il suo principio guida – *"Tutto quello che serve è già presente in natura"* – riflette l'impegno a ricercare soluzioni terapeutiche nella natura, combinando conoscenze tradizionali con ricerca scientifica avanzata.

Una seconda intuizione altrettanto importante riguarda infatti l'applicazione del metodo scientifico all'erboristeria. Tradizionalmente, l'uso delle erbe medicinali è stato un campo privo di rigorosi approcci scientifici, mentre la medicina moderna si è concentrata sulla chimica. Aboca, invece, ha applicato il metodo scientifico alla fitoterapia, creando un solido accumulo di conoscenze che attinge a secoli di tradizione, risalendo addirittura ai manoscritti dei monaci medievali che custodivano le conoscenze erboristiche, e che trova conferme e nuove scoperte nella ricerca in laboratorio.

In questo capitolo esploreremo come Aboca rappresenti una realtà che, grazie a queste intuizioni, ha saputo combinare innovazione, tradizione e sostenibilità[18], sviluppando un modello gestionale che integra efficacemente salute, biodiversità e impatto sociale.

2. Storia dell'azienda

Aboca nasce nel 1978 da un'idea di Valentino Mercati, che acquistò una tenuta tra le colline di una località denominata, appunto, Aboca, vicino a Sansepolcro, in Toscana, molto vicino al territorio umbro. Inizialmente l'azienda si dedicò all'agricoltura biologica e alla coltivazione di piante medicinali, ma ben presto il fondatore cominciò ad esplorare il legame tra natura e salute, scoprendo il potenziale delle tradizioni antiche e degli antichi testi di botanica e medicina che tramandano le proprietà curative delle piante. Da questa scoperta nacque la consapevolezza che fosse necessario fare ricerca scientifica per approfondire e valorizzare questo vasto patrimonio di conoscenze. In un contesto storico in cui la chimica sembrava offrire quasi tutte le risposte alle esigenze sanitarie, mentre le terapie naturali venivano considerate marginali, Valentino Mercati decise di

[18] Aboca è spesso citata per la sua capacità di fare "innovazione dalla tradizione", combinando sapere tradizionali e tecnologie moderne (De Massis *et al.*, 2016).

andare controcorrente, con l'obiettivo di combinare il sapere botanico con i più avanzati metodi scientifici per innovare l'erboristeria e portarla dal mondo della tradizione a quello della ricerca (Di Minin, Ferrigno e Piccaluga, 2020).

I primi passi di Aboca furono marcatamente caratterizzati dalla passione per la ricerca e l'innovazione. Nel 1981 l'azienda organizzò la prima conferenza internazionale sulle piante medicinali, segnando l'inizio di un percorso di approfondimento e divulgazione delle proprietà terapeutiche delle piante. Nel 1984 l'azienda ottenne la prima autorizzazione ministeriale in Italia come "Officina Farmaceutica per le materie prime", consolidando la propria posizione nel settore. Negli anni successivi, sviluppò e brevettò il concentrato totale del fitocomplesso, una tecnologia innovativa per standardizzare i principi attivi delle piante medicinali, e nel 1994 iniziò a distribuire i suoi prodotti nelle farmacie italiane.

Nel 1999 Aboca brevettò una compressa senza eccipienti e due anni dopo aprì un laboratorio di ricerca fitochimica. A partire dal 2006, introdusse poi dispositivi medici a base di sostanze vegetali che divennero successivamente il cuore del suo business. Nel frattempo, Aboca avviò un processo di internazionalizzazione che la portò ad essere commercialmente presente in 25 paesi, tra cui Stati Uniti, Spagna, Francia, Germania e Belgio, arrivando anche ad avere sei filiali estere. Aboca puntò non solo all'espansione commerciale, ma anche a formare i professionisti del settore, trasmettendo loro valori professionali ed etici e mettendo sempre al centro dei propri progetti il benessere delle persone.

Nel 2009 Aboca fece rilevanti investimenti in ricerca avanzata, aprendo i laboratori di genomica vegetale e biologia molecolare, e avviò studi clinici per indagare gli effetti terapeutici dei suoi complessi molecolari naturali. Nel 2018, compì un ulteriore passo avanti, diventando una Società Benefit, impegnandosi formalmente, anche nello statuto, per un futuro più sostenibile e ottenendo, nell'anno successivo, la certificazione B Corp. Questo cambiamento fu fortemente voluto da Massimo Mercati, figlio del fondatore, che divenne amministratore delegato dell'azienda.

Oggi Aboca rappresenta un modello di impresa che integra innovazione rigenerativa, sostenibilità e responsabilità sociale. Con oltre 300 milioni di euro di fatturato nel 2023, l'azienda continua a crescere a livello internazionale, mantenendo sempre al centro della sua attività il benessere delle persone e la tutela dell'ambiente.

3. Creazione di valore sociale dell'azienda

Aboca è una Società Benefit e, dal 2019, una B Corp, avendo scelto consapevolmente di essere protagonista attiva di un cambiamento positivo, operando a favore della società e dell'ambiente. La certificazione B Corp viene infatti ottenuta attraverso un processo di valutazione, il B Impact Assessment, in cui Aboca ha raggiunto un punteggio di 124,2 punti, ben al di sopra della soglia minima di 80. Dal 2019 al 2024, non solo il risultato economico dell'impresa è migliorato, ma sono stati introdotti ulteriori strumenti per misurare il valore generato. Tra questi, il rating di sostenibilità Ecovadis, che conferma per Aboca un punteggio superiore rispetto alla media del settore. Inoltre, Aboca misura il proprio impatto utilizzando l'SDGs Action Manager, una piattaforma digitale che integra il B Impact Assessment con i principi del Global Compact delle Nazioni Unite. In questo contesto, l'impresa eccelle, in particolare, nel contribuire agli obiettivi 3 (Salute e Benessere), 12 (Consumo e Produzione Responsabili) e 15 (Vita sulla Terra). Nel 2022, Aboca ha ricevuto il riconoscimento "Best for the World", categoria Environment, riservato alle B Corp con il maggiore impatto positivo ambientale. Lo stesso anno è stata premiata anche da SMAU per il progetto Materecod, un dispositivo medico completamente naturale e biodegradabile, efficace nel regolare colesterolo, trigliceridi e glicemia.

L'impegno di Aboca per il bene comune è ben esplicitato nell'Articolo 3 del suo statuto, che recita: *"In qualità di Società Benefit, la società intende perseguire più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territorio, ambiente e altri portatori di interesse"*. A tal fine, Aboca ha identificato e persegue sei finalità specifiche di beneficio comune: salute e benessere, ricerca e sviluppo, nuovi modelli di filiera, pratiche ambientali evolute, sviluppo sostenibile della comunità e valore alle persone. Per ciascuna di queste finalità, il suo Report di Impatto fornisce dettagli sulle attività promosse, i dati/KPI e i risultati raggiunti.

Aboca si distingue anche come un modello di imprenditorialità etica. Si tratta infatti di un'impresa solida, economicamente sana e fondata su principi etici di coerenza, umiltà e lavoro. Inoltre, non si limita a comunicare e implementare iniziative a favore della società e dell'ambiente, ma si impegna anche a misurarle e a rendicontarle. Fermarsi solo alla comunicazione (*step 1*) potrebbe dare l'impressione di un tentativo di *greenwashing* o *socialwashing*, mentre limitarsi all'implementazione (*step 2*) senza valutare i risultati (*step 3*) rischierebbe di an-

dare verso un uso inefficace delle risorse aziendali senza adeguati ritorni sociali e ambientali. Arrivare fino al rendiconto (*step 4*), utilizzando strumenti come il B Impact Assessment e l'SDGs Action Manager, significa invece assumersi una chiara responsabilità nei confronti dei propri stakeholder e comunicare in modo trasparente i risultati sociali e ambientali. *"Considero l'imprenditore il custode di un'organizzazione sociale, l'impresa, e del suo significato. Quando però il significato è solo la ricerca del profitto, l'utile, egli è il custode di una dimensione insufficiente a legare i membri di un'organizzazione in una vera comunità, e che anzi la divide"*, sostiene Massimo Mercati.

A fronte di numeri aziendali rilevanti – oltre 48.900 farmacie servite, una popolazione aziendale di 1.720 persone, 25 filiali in paesi UE ed extra UE e oltre 1.600 ettari gestiti – Aboca vanta certificazioni aziendali di rilievo, come la– Biodiversity Alliance. Aboca si impegna inoltre a generare valore non solo per i proprietari, ma anche per i manager, i dipendenti, i consumatori e altri stakeholder, in particolare per l'ambiente e i territori in cui opera. Tra le iniziative che dimostrano questo impegno ci sono il corso di formazione sulla gestione dei conflitti sviluppato con Rondine Cittadella della Pace, il "Progetto Mandorlo" che promuove la piantumazione di un albero per ogni nuovo nato in azienda, la pubblicazione della collana di libri per bambini Aboca Kids, il tour dello spettacolo "Le Parole della Salute Circolare" realizzato con Ilaria Capua, e l'evento "Bosco degli Scrittori" al Salone del Libro di Torino nel 2023. Sia il tour che l'evento sono stati realizzati in collaborazione con il National Biodiversity Future Center (NBFC), di cui Aboca è socio fondatore. Attraverso il NBFC, l'azienda ha accesso a finanziamenti per sviluppare soluzioni innovative nell'ambito della biodiversità. Infine, nel 2024, Aboca ha ottenuto un finanziamento di 50 milioni di euro da Intesa Sanpaolo, garantito da SACE – Garanzia Futuro, per migliorare i propri processi di ricerca scientifica, produzione agricola e industriale.

4. Pratiche manageriali

In questa sezione descriveremo alcune pratiche manageriali particolarmente significative che Aboca adotta per consolidare la propria realtà di impresa orientata al bene comune: (1) la gestione della catena dei fornitori, (2) la rete di farmacie fondata da Aboca (3) il sostegno alla comunità locale.

4.1. La gestione responsabile della catena di fornitura

Aboca ha scelto di avvalersi di una rete di fornitori che sia il più locale possibile, dando la preferenza a realtà che possiedano certificazioni specifiche. Questo approccio strategico si inserisce in una visione più ampia, mirata a costruire un modello di crescita qualitativa e sostenibile, dove i valori comuni tra Aboca e i suoi fornitori sono alla base di una collaborazione proficua. Questa scelta si traduce in una chiara preferenza per i fornitori locali nella selezione di servizi, macchinari e materie prime, a parità di condizioni economiche.

Nel 2020, Aboca ha avviato la creazione del Consorzio ecoVPrint, in collaborazione con numerosi fornitori operanti nei settori della pre-press, stampa, cartotecnica e logistica. L'iniziativa ha l'obiettivo di qualificare questa specifica filiera sotto il profilo della sostenibilità sociale e ambientale, ma anche di fornire supporto per l'adozione dello statuto di Società Benefit e la misurazione dell'impatto delle attività produttive. L'impegno di Aboca verso una fornitura locale e responsabile è evidente nei numeri: oltre l'80% della spesa per i fornitori è infatti destinata a realtà italiane, con un 36% che riguarda imprese ubicate in Umbria e Toscana. Ciò a ha portato Aboca generare, nel 2023, un fatturato superiore a 4,5 milioni di euro per le sette aziende consorziate, con un incremento del 16% rispetto all'anno precedente.

Complessivamente, tra il 2020 e il 2023, il flusso economico verso il Consorzio ha superato i 13,8 milioni di euro, segnalando un successo economico e sociale. Da sottolineare che nel 2022 tutte le aziende consorziate hanno adottato la forma giuridica di Società Benefit o hanno ottenuto la certificazione B Corp, dimostrando un impegno concreto verso pratiche sostenibili e una responsabilità sociale che riflette i valori condivisi da Aboca.

Un altro aspetto importante nella gestione della catena di approvvigionamento di Aboca riguarda la selezione di fornitori che, senza eccezioni, siano certificati FSC (Forest Stewardship Council), una certificazione che garantisce una gestione responsabile e sostenibile delle risorse forestali. La certificazione FSC assicura il rispetto dei diritti dei lavoratori, delle popolazioni indigene e delle comunità locali che dipendono dalle foreste da cui viene estratta la materia prima. Questo approccio non si limita ai benefici diretti per le comunità locali, ma ha anche effetti positivi a livello globale, mostrando come le pratiche sostenibili possano influire positivamente sul benessere collettivo. *"Viviamo in un'epoca che mi piace definire di naturalismo economico; pensiamo cioè che il nostro sistema sociale, incluse*

le determinazioni giuridiche ed economiche che lo caratterizzano, sia immutabile e ci adoperiamo per adattare a esso il sistema naturale".

Secondo Massimo Mercati oggi viviamo in un mondo dove l'economia guida l'ecologia, secondo una dinamica illogica e insostenibile. È invece necessario invertire il paradigma, permettendo che sia l'ecologia, la logica della natura, a orientare le nostre regole economiche.

4.2. Salute integrata e benessere naturale: la rete Apoteca Natura

Apoteca Natura rappresenta un approccio olistico alla cura, che integra la medicina naturale, la ricerca scientifica e la consulenza personalizzata per promuovere il benessere complessivo delle persone. Apoteca Natura è un network di farmacie indipendenti che aderiscono a un marchio e a un modello di cura centrato sull'individuo. A differenza dei grandi gruppi del settore – che spesso acquisiscono la proprietà delle farmacie e ne centralizzano la gestione – Apoteca Natura non impone un modello tramite potere finanziario, ma sostiene le farmacie nel loro percorso di evoluzione attraverso un'intensa attività formativa, strumenti di sviluppo e un orientamento valoriale condiviso. In un mercato caratterizzato da una crescente concentrazione, Apoteca Natura propone così un'alternativa concreta alla vendita dell'attività, offrendo alle farmacie una via di crescita che preserva autonomia e identità, secondo una logica "glocal": radicata nel territorio ma supportata da visione, metodo e innovazione comuni.

Il valore distintivo del network risiede nell'approccio integrato alla salute, che non si limita alla vendita di prodotti naturali, ma include anche una consulenza altamente specializzata, dove l'esperto offre un supporto personalizzato e consapevole, basato su un'analisi approfondita delle esigenze individuali. Ogni farmacia Apoteca Natura diventa quindi un punto di riferimento, un vero e proprio centro di educazione alla salute e alla cura preventiva, che accompagna il cliente nella ricerca di soluzioni naturali per il benessere quotidiano. I professionisti presenti nelle farmacie sono formati per integrare le conoscenze tradizionali della fitoterapia con gli sviluppi più recenti delle scienze mediche, creando un'offerta che coniuga esperienza e innovazione.

Una delle caratteristiche principali di Apoteca Natura è la selezione rigorosa dei prodotti venduti, che provengono da fonti naturali e sono realizzati con metodi rispettosi dell'ambiente e della biodiversità. In questo modo, le farma-

cie Apoteca Natura non solo garantiscono prodotti naturali di alta qualità, ma contribuiscono anche a un modello economico circolare che riduce l'impatto ambientale e promuove la responsabilità sociale.

"La nostra visione è che non si crea veramente valore se non è condiviso. Ogni organismo vivente è organizzato a rete e le parti contano in quanto operano in relazione con le altre. Questo ci porta al principio della cooperazione: l'individuo si definisce attraverso la relazione, perché è parte integrante e fondamentale di un sistema", afferma Massimo Mercati.

Oltre a offrire consulenze personalizzate, Apoteca Natura promuove anche una serie di iniziative educative ed informative, mirate a sensibilizzare il pubblico sui benefici della medicina naturale e su come essa possa essere integrata nella vita quotidiana. Attraverso eventi, incontri e workshop, il network facilita la diffusione di conoscenze sui rimedi naturali, l'alimentazione sana, e le pratiche di vita salutari, contribuendo così a creare una cultura del benessere che mette al centro la salute come uno stato di equilibrio e prevenzione.

Ogni nuova apertura è una nuova opportunità per diffondere la cultura della salute naturale e della cura integrata, con l'obiettivo di far crescere una comunità di consumatori consapevoli e di promuovere un cambiamento positivo nei modelli di cura. In questo modo, Apoteca Natura non solo si afferma come un marchio di eccellenza nel settore della salute naturale, ma anche come un attore fondamentale in un sistema sanitario più sostenibile e orientato al benessere integrato, facendo della qualità, dell'etica e della sostenibilità i pilastri della sua proposta. Pur prevedendo, nei nuovi piani di sviluppo, l'acquisizione di alcune farmacie, queste rappresentano un'esigua minoranza rispetto alle oltre 1400 presenti nel network e rispondono principalmente alla necessità di garantire continuità aziendale a imprenditori che desiderano lasciare l'attività in mani affidabili. Un approccio che si pone in netta controtendenza rispetto ai grandi player del settore e che conferma la vocazione del marchio a sostenere un modello evolutivo basato su autonomia, cooperazione e condivisione del valore.

4.3. Impegno territoriale: il sostegno alla comunità locale

Le attività di Aboca a favore della comunità locale sono molteplici e si esprimono in vari ambiti, con un forte impegno verso il benessere sociale e culturale del territorio in cui l'azienda opera. L'azienda non si limita a sostenere economicamente le realtà che si prendono cura delle situazioni di maggiore disagio, ma si

impegna anche a favorire la creazione di opportunità lavorative per la comunità locale. Questo avviene tramite la collaborazione con scuole e università del territorio, con l'obiettivo di formare e valorizzare talenti locali, nonché con il supporto a progetti culturali e spirituali, come il Festival dei Cammini di Francesco, evento annuale organizzato dalla Fondazione Progetto Valtiberina che arricchisce il patrimonio culturale e spirituale della zona.

Oltre a queste iniziative, Aboca si distingue per il suo contributo al sostegno dello sviluppo culturale e sociale del territorio. In questo senso, sono significative le attività più strutturate, come l'apertura di un museo, l'Aboca Museum, che rappresenta non solo un luogo di conservazione della conoscenza, ma anche un centro di riflessione e educazione. L'azienda ha inoltre avviato una casa editrice nel 2002, Aboca Edizioni, e creato spazi di incontro e riflessione, attraverso un magazine e piattaforme online, che offrono spunti di dibattito e approfondimento, coinvolgendo attivamente la comunità locale con l'obiettivo di condividere con i lettori tematiche fondamentali come salute, bene comune, sostenibilità, agricoltura, nuovi modelli d'impresa e di sviluppo, scienza, diritti, nonché arte e letteratura che esplorano il rapporto tra l'uomo, le piante, l'ambiente e il pianeta.

5. Le sfide della buona impresa

Alcune delle pratiche descritte nella sezione precedente sono senza dubbio adottabili anche da altre aziende. Per esempio, il sostegno a diverse organizzazioni della società civile è una strategia facilmente applicabile: devolvere una parte dei propri utili a favore di realtà che si occupano di disagio sociale non comporta solo un vantaggio per la comunità, ma rappresenta anche un passo fondamentale verso l'impegno concreto dell'impresa nei confronti del bene comune. *"Da sempre indaghiamo da un punto di vista scientifico e storico il profondo legame tra la natura e l'uomo. Parallelamente allo sviluppo di queste conoscenze abbiamo deciso di investire sulla loro condivisione come strumento di sviluppo culturale e sociale delle comunità in cui operiamo"*, si legge sul sito web di Aboca.

Un secondo aspetto, forse più complesso e profondo, riguarda la connessione diretta con il territorio, che implica un coinvolgimento attivo nella promozione di iniziative culturali e di crescita collettiva. Non esiste impresa sana e dinamica senza un contesto locale che la supporti, e la relazione tra impresa e territorio deve essere di interdipendenza reciproca. Come dimostra l'esempio di Aboca, un'impresa che investe nel benessere del suo contesto locale crea un circolo virtuoso in

cui anche la comunità locale risponde positivamente, generando un ritorno di valore per l'impresa stessa. Questo è testimoniato anche dal fatto che oltre il 90% delle persone assunte da Aboca nel 2023 provengono dalla Toscana e dall'Umbria, e che la metà dei manager assunti nello stesso anno è originaria di queste zone. Questo legame stretto con il territorio non solo favorisce lo sviluppo economico locale, ma contribuisce a consolidare l'impresa come attore fondamentale per la crescita e la coesione della comunità in cui è inserita.

In sintesi, Aboca emerge come un esempio di impresa responsabile, capace di coniugare innovazione rigenerativa, sostenibilità e creazione di valore sociale (Gionfriddo, Cucino, Tafuro e Piccaluga, 2024). Sin dall'inizio, l'azienda ha dimostrato una chiara visione strategica, orientandosi non solo verso la crescita economica, ma anche verso l'impegno per il bene comune. Aboca infatti pone al centro la sostenibilità, non solo attraverso l'adozione di pratiche ecologiche, ma anche con l'intento di preservare e valorizzare la biodiversità, un tema sempre più cruciale nel contesto globale.

La sua capacità di integrare valori etici nelle proprie operazioni quotidiane è evidente nella gestione dei fornitori, dove l'azienda privilegia realtà locali e certificate, contribuendo così al rafforzamento del tessuto economico e sociale del territorio. Un ulteriore esempio del suo impegno verso la comunità e la salute è la concezione della farmacia non solo come punto vendita, ma come luogo in cui si offre consulenza personalizzata e olistica per il benessere della persona. Inoltre, Aboca si distingue per l'impegno verso la comunità locale, con progetti che vanno dalla condivisione della ricchezza allo sviluppo di iniziative culturali e spirituali, contribuendo alla crescita del territorio in cui opera.

Aboca rappresenta quindi un'azienda sana, innovativa, in crescita, in grado di conciliare il successo economico con l'attenzione al bene comune, e quindi anche un esempio di come l'imprenditorialità possa essere al servizio della società e dell'ambiente, ispirando altre realtà imprenditoriali a seguire la stessa strada.

Bibliografia

De Massis, A., Frattini, F., Kotlar, J., & Messeni Petruzzelli, A. (2016). Innovation through tradition: Lessons from innovative family businesses and directions for future research. *Academy of Management Perspectives, 30*(1), 93-116.

Di Minin, A., Ferrigno, G., & Piccaluga, A. (2020). Il futuro nella storia delle imprese toscane. In *Il futuro ha una storia antica* (Vol. 1). Pacini Editore.

Gionfriddo, G., Cucino, V., Tafuro, M., & Piccaluga, A. (2024). Purpose, persone ed impatto: Per una innovazione rigenerativa. *Impresa Progetto, 2*, 1-12.