

IL RATING DELLE FARMACIE

E' NATO IL FARMARATING®: STRUMENTO IN GRADO DI CERTIFICARE LA SOLIDITÀ ECONOMICO-FINANZIARIA DELLA FARMACIA E DI RIPRENDERE UN PERCORSO DI CRESCITA NELL'AMBITO DELLA DISTRIBUZIONE DEI FARMACI AL DETTAGLIO.

UNA SORTA DI CRUSCOTTO CON LA STRUMENTAZIONE CHE IL FARMACISTA, COME UN BUON GUIDATORE, NON PUÒ PERDERE DI VISTA.



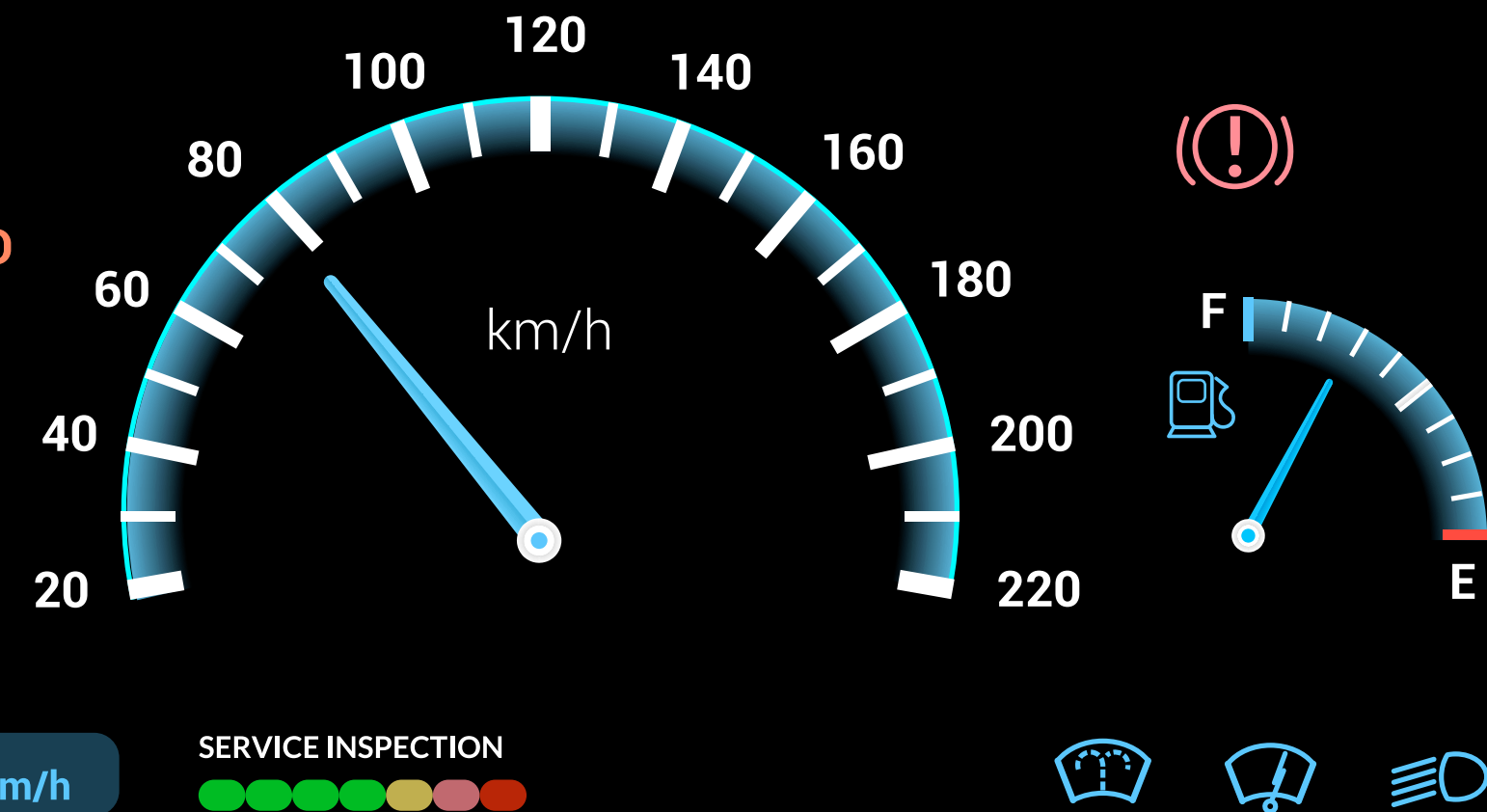
DI **GIORGIO L. COLOMBO**

Direttore scientifico di S.A.V.E. Studi Analisi Valutazioni Economiche S.r.l. e docente di Organizzazione Aziendale presso il Dipartimento di Scienze del Farmaco dell'Università degli Studi di Pavia

Negli ultimi anni, la farmacia si trova direttamente investita da fenomeni di trasformazione complessi legati ai cambiamenti della concezione di salute e di malattia, all'evoluzione verso nuove funzioni in ambito farmaceutico e nella medicina del territorio, al dibattito sulle privatizzazioni e sulla concorrenza. A questi fattori va aggiunta la costante contrazione dei margini e quindi delle risorse disponibili. Anzitutto l'introduzione dei generici ha portato ad una riduzione dei prezzi, ed essendo la remunerazione della farmacia ancorata al prezzo dei medicinali, inevitabilmente si è assistito ad una contrazione della marginalità.

In secondo luogo, la farmacia ha perso il settore dei farmaci innovativi, destinati ai canali della distribuzione diretta e in minima parte della distribuzione per conto. Tale situazione ha fatto sì che oggi circa il 20% delle farmacie si trovi in difficoltà economica. Tali aspetti pongono il farmacista davanti a problemi di ruolo e di funzione e richiedono una riflessione in tema di ampliamento della professionalità. Nuovi scenari, con complessità crescente, si presentano oggi al farmacista, ed in un contesto caratterizzato dall'incapacità di prevedere e dall'incapacità di attribuire valore, si ha l'esigenza di trovare risposte basate su logiche maggiormente flessibili. Oggi più che mai, infatti, si pensa che il farmacista debba sviluppare conoscenze articolate e trasversali: da una parte conoscenze chimiche e mediche, che prevedano una formazione accurata sulle nuove tecnologie e sulle nuove terapie, sui nuovi protocolli di cura e sui nuovi criteri diagnostici; dall'altra parte vengono richieste nuove capacità gestionali, che permettano di rendere più efficiente l'organizzazione presidiando attentamente

PROFESSIONE FARMACIA



tutti gli aspetti del business, attraverso la definizione di obiettivi, il controllo dell'avanzamento dell'attività in funzione degli obiettivi iniziali, e la raccolta di documenti legati alla gestione attiva e passiva della farmacia. In un tale contesto nasce l'idea di un progetto di ricerca in grado di concepire un valido strumento di supporto per il farmacista nei processi di gestione, che possa far prendere coscienza delle lacune dell'azienda, ma soprattutto delle potenzialità della stessa; nasce l'idea del Farmarating® come strumento in grado di applicare il concetto di rating nell'ambito della distribuzione farmaceutica al dettaglio, attraverso cui poter elaborare un giudizio assoluto circa l'andamento economico e finanziario delle farmacie esaminate. L'obiettivo è quello di creare una vera e propria carta d'identità per le farmacie, catalogandole sulla base di un rating. La logica che sta alla base dell'idea Farmarating® è quella dell'Evidence Based Medicine applicata alla sfera economico-finanziaria della farmacia, dell'utilizzo del dato reale in termini di risultato al fine di gestire contemporaneamente

te i fenomeni di crisi e di crescita dell'azienda; dell'utilizzo e comprensione dei report gestionali al fine di assumere decisioni tipiche del contesto aziendale e di affrontare le nuove sfide di un settore in così grande evoluzione.

Il rating è un concetto prettamente legato al mondo economico, ed è definito come un giudizio espresso da un soggetto esterno e indipendente sulle capacità di una società di pagare o meno i propri debiti, così da poter meglio valutare l'eventuale investimento, i rischi ed i rendimenti attesi. Il rating è pertanto un vero e proprio indicatore di rischio, in grado di fornire un giudizio di affidabilità di una azienda.

Da un lato è uno strumento in grado di certificare la solidità dell'impresa o l'inversione di rotta per imprese in passato fragili e ristrutturate con successo; dall'altro rappresenta uno strumento efficace per l'azienda al fine di riprendere un percorso di crescita o di ottenere condizioni più vantaggiose dai fornitori. È uno strumento trasparente, che consente una più efficiente comunicazione con i mercati. Punto cardine del processo di rating è l'analisi economico-finanziaria, che permette di esaminare il bilancio, la redditività, la remunerazione del capitale, i flussi di cassa, la sua capacità di produrre risorse e reddito e tutta un'altra serie di parametri societari fondamentali. Il progetto di ricerca ha consentito nel 2016 di esaminare un numero di farmacie attraverso il bilancio economico certificato, estrapolando e

calcolando determinati parametri circa lo stato patrimoniale e il conto economico, così da sviluppare un protocollo per analizzare e assegnare delle valutazioni alle farmacie. Si basa sullo studio di un modello di indicatori pensati ad hoc per la farmacia, in grado di portare ad un processo di scoring dell'azienda simile a quello utilizzato in altri settori dalle agenzie di rating. Il giudizio del rating in esame viene espresso mediante l'utilizzo di tre lettere, che definiscono e valutano rispettivamente l'indicatore di redditività, l'indicatore di efficienza gestionale e l'indicatore di indebitamento. Ciascun indicatore fornisce come risultato una lettera compresa tra A e D, dove A corrisponde alla massima efficienza, mentre D ad un basso livello di efficienza. Il giudizio finale è composto da tre lettere: si parte dallo score AAA (tripla A), corrispondente ad un'affidabilità finanziaria estremamente elevata, e si scende fino allo score D, corrispondente ad una situazione di default (Tabella 1).

A tali indicatori si affianca un giudizio sull'outlook, vale a dire sull'orientamento di medio periodo al rating stesso: in base all'andamento del fatturato della farmacia sull'anno precedente, l'outlook può assumere un valore positivo (segno +) o negativo (segno -).

Tabella 1 - Classi di Farmarating®

Classi di Rating	Rischio	Descrizione
AAA	Rischio nullo	Situazione economico-finanziaria in grado di garantire una capacità eccellente di far fronte agli impegni finanziari assunti
AAB	Rischio quasi nullo	Capacità elevata di far fronte agli impegni finanziari assunti con una sensibilità minima ai cambiamenti delle condizioni di mercato
ABB	Rischio quasi nullo con possibili rischi futuri	Buona capacità di far fronte agli impegni finanziari assunti con stabilità moderatamente sensibile alle circostanze avverse
BBB	Rischio medio-basso	Capacità sufficiente di onorare i debiti sia a breve che a medio-lungo periodo, con una solidità incerta
ABC		
BBC	Rischio medio-alto	Capacità sufficiente di onorare i debiti a breve periodo, con una solidità molto dipendente dal contesto favorevole di mercato
CCA		
BCC	Rischio alto	Solidità scarsa con alta probabilità di insolvenza in un contesto macroeconomico e di mercato sfavorevole
CCC	Rischio elevato	Alta probabilità o segnale imminente di insolvenza, con minime probabilità di recupero
D	Default	Situazione di insolvenza, con probabilità di recupero prossime allo zero

SfigmoLife 
Evo



SfigmoLife 
Pro

 **FLAEM Sfigmo Life.**

Riduci i rischi, tieni monitorata la tua pressione
più facilmente con SfigmoLife Pro e SfigmoLife Evo.

Certificati dalla validazione ESH (European Hypertension Society)

 50
years of Italian excellence

www.flaem.it

Liberarsi dal fumo oggi è possibile.

Il tuo Farmacista può aiutarti.

Diventa protagonista
di una nuova ed efficace
campagna antifumo!

Contatta ACEF e scopri come!

CiteX

www.progettocitex.it



ACEF
FARMACIA

Via Umbria 8/14 - 29017 FIOREZZUOLA D'ARDA (PC)
Tel. +39 0523 241911 r.a. - Fax +39 0523 241929

Occorre ora specificare sinteticamente i parametri presi in considerazione nella formulazione degli indicatori necessari per assegnare il giudizio di rating a ciascuna farmacia.

1. Margine del venduto (percentuale del costo del venduto sui ricavi): questo elemento ha un'influenza molto rilevante nella formulazione del risultato finale di gestione, ed è sensibilmente influenzato da diversi fattori, quali il potere negoziale della farmacia e la gestione degli acquisti da parte della farmacia.

2. Incidenza dei costi sul fatturato in percentuale: definita dal rapporto di tutti i costi fissi dell'attività (es. costi personale, affitto dei locali, canoni vari, ecc.) e il fatturato annuo; è una voce estremamente importante in quanto condiziona in maniera diretta il prezzo di vendita dei prodotti.

3. Rapporto debito/fatturato: il valore d'indebitamento di un'attività è uno dei parametri fondamentali per comprendere se un'attività è solida e solvibile, nel caso il rapporto sia basso, oppure se va verso un default nel caso il rapporto sia alto.

4. Indice di rotazione di magazzino: tale parametro esprime il numero di volte in cui, in un determinato periodo di tempo, il materiale si rinnova o ruota in magazzino, ed è in grado di evidenziare l'efficienza della gestione di un'attività.

5. Aumento/diminuzione del fatturato su anno precedente: tale parametro non viene identificato con una lettera nell'analisi del rating ma con un segno positivo, negativo oppure uguale.

Il progetto di studio avviato con queste prime farmacie ha dato risposte incoraggianti e fornito interessanti spunti di riflessione: l'incremento del numero di farmacie che aderiranno al progetto

ci permetterà di migliorare l'analisi statistico-economica condotta, al fine di ponderare in modo opportuno gli indicatori citati e di ottimizzare gli stessi in base alla stratificazione territoriale e di fatturato che caratterizza le farmacie italiane. Obiettivo principale è quello di consolidare il modello ideato, tentando di valo-

rizzare in modo opportuno gli indicatori di efficienza, tenendo conto altresì dei contesti territoriali in cui l'impresa opera. In tal senso il coinvolgimento della nostra Università e delle sue competenze, nonché l'assenza di potenziali conflitti di interesse della stessa tra gli attori del sistema farmaceutico, garantisce un valore aggiunto al progetto ed è cruciale nella

creazione di un modello di rating con visione sistemica, in grado di coniugare ed integrare i modelli quantitativi statistici con una lettura qualitativa della farmacia e delle sue potenzialità.

Si confida che il Farmarating® consenta la creazione di una vera e propria carta d'identità per tutte le farmacie sul territorio nazionale, affinché sia più esaustiva e veritiera la situazione di ogni farmacia e sia più agevole la gestione in capo al titolare.

Per informazioni:
giorgio.colombo@unipv.it
info@savestudi.it

UN PROGETTO DI RICERCA IN GRADO DI APPLICARE IL CONCETTO DI RATING NELL'AMBITO DELLA DISTRIBUZIONE FARMACEUTICA AL DETTAGLIO, ATTRAVERSO IL QUALE POTER ELABORARE UN GIUDIZIO ASSOLUTO CIRCA L'ANDAMENTO ECONOMICO E FINANZIARIO DELLE FARMACIE ESAMINATE



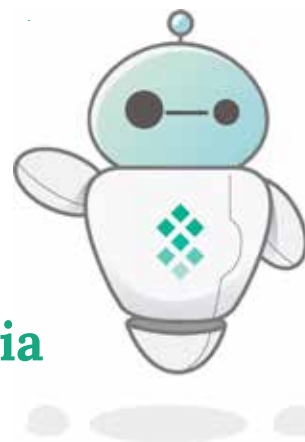
MedyBOX



IPERAMMORTAMENTO 250%
in seguito alla circolare n. 17735
emessa dal MISE (Ministero Sviluppo
Economico) in data 23 Maggio
2018 Medybox può usufruire
dell'iperammortamento perché in
possesto di tutte le caratteristiche
tecniche necessarie

**INVESTIMENTO
A COSTO ZERO**

MADE IN ITALY



La Vending Machine per la tua farmacia

Competenza e innovazione per guidare il cambiamento

- ◆ GARANZIA 5 ANNI
- ◆ SERVIZI TUTTO COMPRESO: SOFTWARE GESTIONALE REMOTO, ASSISTENZA TELEFONICA, SCELTA PRODOTTI, ASSISTENZA PRATICHE BUROCRATICHE
- ◆ PROFONDITÀ RIDOTTA: SOLO 68 CM
- ◆ OLTRE 100 REFERENZE - LA MACCHINA PIÙ CAPIENTE DEL MERCATO
- ◆ CANALE RISERVATO PER CONSEGNA PRIVATA FUORI ORARIO
- ◆ OTC READY
- ◆ DISPONIBILE NEI MODELLI TOP, MEDIO E MINI ANCHE CON ALTEZZA RIDOTTA 169 CM



CONTATTACI SUBITO
per ricevere un preventivo su misura:

tel. 02 9440013
direzione@asgbox.com

