



MAMAF

DOVE LA REALTÀ ACCADEMICA INCONTRA IL MONDO FARMACEUTICO



MASTER IN MARKETING FARMACEUTICO



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

MASTER II LIVELLO | MARKETING MANAGEMENT NEL SETTORE FARMACEUTICO

Il Master di II livello in “Marketing Management nel Settore Farmaceutico” intende rispondere alla domanda di figure professionali esperte nell’analisi e nella valutazione quantitativa di problematiche del settore del marketing da parte delle aziende farmaceutiche, delle agenzie specializzate in comunicazione in ambito sanitario e farmaceutico e dei servizi outsourcing di pianificazione del marketing farmaceutico con specifici focus sulle valutazioni farmaco economiche.

La preparazione teorica e lo stage aziendale perseguono l’obiettivo di formare giovani capaci di inserirsi all’interno dei complessi sistemi aziendali con competenze tecniche, gestionali ed organizzative e con la conoscenza dei principi fondamentali dei sistemi economici che regolano il mercato dei prodotti farmaceutici.

Per informazioni: www.mamaf.it

Contatti: segreteria@mamaf.it | tel. +39 02.48519230

Partner: **McCANN**
HEALTHCARE

save
CENTRO DI STUDI ANALISI VALUTAZIONI ECONOMICHE
RICERCA | Health Economics & Outcomes Research

argon
HEALTHCARE ITALIA

PROFESSIONE FARMACIA

SISTEMA FARMACIA ITALIA

DAL PROGETTO ALLA REALTA'



DI **ALESSANDRO FORNARO**
GIORNALISTA E FARMACISTA

RAPPRESENTA LA "STELLA POLARE" DEL NUOVO CORSO DEI FEDERFARMA. UNA SFIDA DAVVERO IMPEGNATIVA COME RISPOSTA ALL'INGRESSO DEI CAPITALI. MA NON SOLO. COME UN CORRIDORE, CHE SUI NASTRI DI PARTENZA RICHIAMA GLI ULTIMI DETTAGLI E IMMAGINA LA GARA CHE HA DI FRONTE,

A FARMACISTAPIÙ LA SOCIETÀ HA PRESENTATO IL PROGETTO E LA CAMPAGNA PER L'ARRUOLAMENTO DELLE FARMACIE. NE SONO EMERSI GRANDE ENTUSIASMO, PREPARAZIONE, PROFESSIONALITÀ: LE MIGLIORI ARMI CHE PUÒ AVERE A DISPOSIZIONE CHI SI APPRESTA A VINCERE UNA SFIDA



Ci siamo: la rete delle reti, quella dei farmacisti, è una realtà. Se ne parlava da tempo e, i più scettici, prevedevano che non si sarebbe mai concretizzata. Invece, sabato 13 ottobre, sul palco della sala plenaria di FarmacistaPiù, c'era Alfredo Procaccini, presidente di Sistema Farmacia Italia, insieme ai vertici della società e di Federfarma, Procaccini ha trasmesso al pubblico il grande entusiasmo con il quale è stata intrapresa questa iniziativa, giunta, finalmente, ai blocchi di partenza. Ma come è strutturata la società Sistema Farmacia Italia? Quali fini si propone di raggiungere e attraverso quali mezzi? Come in ogni attività umana, sia di gruppo, ma anche individuale, è sempre bene chiedersi quale sia la motivazione che ci spinge ad intraprendere una nuova strada: più chiara e consapevole è la motivazione, maggiori saranno le possibilità di successo. In questo caso, la motivazione è forte e riguarda non solo la società, ma tutte le farmacie private che presto si troveranno a fare i conti con concorrenti del tutto nuovi: i capitali e le loro catene.

La Legge 124 ha infatti introdotto questa grande rivoluzione nel settore della distribuzione farmaceutica. Entrata in vigore nell'agosto del 2017, in realtà è rimasta nel paniere del legislatore per moltissimo tempo ed è da almeno tre anni che noi farmacisti ci interroghiamo rispetto al mondo che verrà, al nostro futuro e a come faremo a competere con i colossi che, annusando nuove prospettive di business, si stanno affacciando sul (nostro) mercato. Come ha ricordato il presidente di Federfarma Marco Cosso al convegno di FarmacistaPiù, il vero pericolo della catene è che **“loro vendono professionalità alle aziende, proprio come noi la vendiamo al Ssn”**.

GLI STANDARD E L'AGGREGAZIONE

In queste parole di Cossolo è racchiusa l'analisi più lucida e pragmatica della questione. Le catene, infatti, hanno le competenze e i mezzi per presentarsi alle aziende e offrire loro un valore aggiunto che le farmacie, fino ad ora, non sono mai riuscite a garantire. Questo valore aggiunto è rappresentato dalla possibilità di aggregare e standardizzare l'offerta. Pensiamoci bene. In economia, come ci spiega la sempre utile Wikipedia, l'offerta aggregata rappresenta la capacità produttiva di un sistema economico nel suo complesso. Detta con parole più comprensibili, aggregare vuole dire, semplicemente, sommare. Ecco allora che sommando un certo numero di farmacie (nemmeno sotto tortura le riesco a chiamare "punti vendita"), meglio ancora se uniformate secondo ben precisi parametri comuni, le catene potranno interfacciarsi con le aziende su un piano differente, a tutto vantaggio di entrambi. Dal loro punto di vista, le aziende potranno contare su una proposta omogenea dei propri prodotti e sulla divulgazione al pubblico di messaggi univoci e condivisi. Dal canto loro, la catena avrà un potere contrattuale maggiore rispetto a quello che le singole realtà potrebbero raggiungere.

Se questo è il terreno meramente commerciale, rispetto al quale la rete potrà operare con strumenti analoghi, se non migliori, rispetto alle catene, esiste anche un ambito professionale che può avere grandi sviluppi in un'ottica di aggregazione. Tornando al ragionamento di Marco Cossolo, l'aggregazione tra farmacie all'interno di una rete territorial-

mente ampia ed omogenea potrebbe rappresentare l'**interlocutore perfetto per il Ssn** in merito all'offerta non solo di servizi, ma anche di campagne informative, di monitoraggio, e via dicendo. Questa è la vera intuizione: aggregarsi non solo per affrontare uniti la "minaccia dei capitali", ma prima ancora per presentare le farmacie ai nostri interlocutori, siano essi aziende o Ssn, come un sistema omogeneo e affidabile. Un sistema aggregato, appunto. Le ripercussioni di tutto ciò sono facilmente comprensibili per quanto riguarda gli aspetti commerciali e di marketing. Sistema Farmacia Italia è un soggetto con valenza economica, quindi in grado di rapportarsi direttamente con le aziende. Non solo per acquisti concentrati, ma anche rispetto alla vendita di spazi, per campagne informative, o per qualsiasi altra forma di collaborazione.

A questo punto, il lettore potrebbe chiedersi: "ma cosa differenza la rete delle reti, ovvero le farmacie che aderiscono a Sistema Farmacia Italia, dalle altre forme di aggregazione?". Un articolo non basta per spiegare le differenze tra questa rete ed altre realtà. La sintesi più estrema ci porta a dire che, mentre un soggetto terzo può creare una catena "legando" a sé una serie di farmacie (quando non le acquista direttamente), una rete tra farmacie indipendenti ha presupposti del tutto differenti. Tuttavia, al di là della forma economica, si potrebbe argomentare che sempre di aggregazione si tratta, e che i vantaggi commerciali e di marketing sono perseguibili in entrambi i casi. Uno slogan che ho sentito al convegno può spiegare, meglio di ogni discorso, la vera differenza: "**convincere è diverso da comandare**".

SERVIZI E PHARMACEUTICAL CARE

Credo che ora il lettore abbia compreso la differenza: i capitali sono, anche per loro natura, abituati al comando. Impongo regole, dettano le politiche, destrutturano per ricostruire ad immagine e somiglianza. Magari portano risultati, ma la linea è quella del comando. Inevitabilmente, chi più chi meno, i capitali agiscono in questo modo. E basano molta della loro attività in operazioni di marketing. La rete delle reti parte da un presupposto differente ed è per questo che ha una difficoltà in più, anzi due: spiegare e convincere.

Quanto allo spiegare, il sito internet, online da poche settimane, è di certo un utile fonte di informazioni per chi volesse com-

Hai mai comprato un vestito
senza conoscere la taglia?



Scegli **RESTART™**
per il progetto
della tua farmacia

Scopri la tua specializzazione e distribuisce in modo corretto assortimenti,
banco cassa e gondole sul nuovo layout, per la migliore redditività della tua farmacia.
Questo e molto di più, con il metodo **RESTART™**

Analisi, progetto e allestimento.

Contattaci +39 02 36 51 50 95

Per saperne di più info@mobil-m.it - www.mobil-m.it - @mobilmitalia 

prendere meglio il progetto. Sul sito www.sistemafarmacaiitalia.it è facilmente reperibile ogni informazione rispetto agli obiettivi della rete e alle politiche che essa adotterà. Dal sito si può accedere facilmente al contratto, in modo che ogni farmacista possa, anche solo per curiosità, leggere tutte le clausole che legheranno la società e le singole farmacie. Dal contratto, meglio che da ogni altra cosa, si comprende lo spirito e la finalità del progetto. Quanto, invece, al convincere, qui il discorso è differente. Anche una volta compresa la mission che sta alla base di questa iniziativa, condivisi gli obiettivi, apprese le opportunità, occorre che il farmacista faccia un grande balzo culturale in avanti rispetto al passato.

È incredibile come spesso l'emergenza smuova le situazioni, anche quelle più radicate. Pensiamoci bene: perché questa iniziativa nasce ora e non è nata 10 anni fa? Molti potranno argomentare che questo è il frutto del nuovo corso di Federfarma, che 10 anni fa c'era un'altra dirigenza, che il momento storico è differente. Ma la vera leva, non possiamo nascercelo, è stata l'emergenza capitali, il pericolo imminente che bussava alle nostre porte, talvolta anche letteralmente e con allettanti offerte di acquisto. La prospettiva di trovarci di fronte una farmacia della Boots, per dire un nome a caso, può davvero fare paura. Ma, forse, questa non è l'ottica giusta. Forse, a pensarci bene, questa paura rappresenta non tanto il motivo per fare rete, ma la chiave per smuovere i singoli dalle radicate abitudini tendenti all'isolamento, al "faccio da solo". Da soli si possono fare bellissime cose, è vero. Ma da soli non si può pensare, per esempio, di divenire un riferimento per la propria Asl di competenza in termini di pharmaceutical care, di iniziative che va-

dano nell'ottica dell'aderenza alla terapia o di fornitura di servizi. Anche chi lavora secondo i migliori parametri non potrà raggiungere un elevato livello di qualità percepita all'esterno, né, tantomeno, offrire una garanzia di uniformità. Questo esempio rende l'idea di quanto sia **importante unirsi, almeno nella standardizzazione dei servizi, per potere essere davvero un interlocutore credibile**. Ecco perché la rete avrebbe dovuto, come logica, sorgere come risposta alla normativa sui servizi, prima ancora che a quella sull'ingresso dei capitali. Si sono persi una decina di anni. Ma in questi anni si è discusso e si sono create le basi per questo progetto che ci consentirà di divenire il migliore interlocutore per il Ssn. Ma come avremmo potuto esserlo prima di uniformare l'offerta? Come avremmo potuto, andando ciascuno per la propria strada, diventare davvero dei fornitori credibili per chicchessia?

Per questo motivo, la rete ha una grande valenza a prescindere dall'emergenza capitali. Serve per valorizzare le potenzialità della farmacia intesa come istituzione, come corpo aggregato al servizio del cittadino e del Ssn. Credo non sia un caso se, nel nome della società, la parola farmacia è declinata al singolare. In un'ottica puramente commerciale, la si sarebbe potuta chiamare Sistema Farmacie, per meglio rappresentare l'idea che l'unione fa la forza. Ma il progetto non è solo questo, non vuole essere unicamente un'unione per essere più forti contro un nemico comune: è molto di più.

La credibilità di questa società è data non solo dalla chiarezza rispetto agli obiettivi che si pone, ma anche dai soggetti che ne fanno parte. Le quote societarie sono divise al 50% tra Federfarma (il sindacato di categoria) e Federfarma Servizi (l'associazione nazionale di rappresentanza delle aziende di distribuzione intermedia del farmaco dei titolari di farmacie). Farmacie e cooperative unite, quindi, per fare fronte a questa importante sfida di sistema. Sistema Farmacia, per l'appunto.

Lo scorso 16 ottobre sono state aperte le iscrizioni. Al costo simbolico di 100 euro, tutte le farmacie hanno la possibilità di aderire al progetto. I vantaggi sono molteplici e facili da comprendere. Gli obblighi sono quelli di partecipare al progetto in termini di standardizzazione verso l'alto, di formazione, di crescita. La strada è appena iniziata. Anzi, siamo ancora ai blocchi di partenza, ma con in testa l'intero percorso di gara.

Noi siamo Utifar



Insieme per crescere

UTIFAR

ENTRA ANCHE TU A FAR PARTE DI UTIFAR!

Iscriversi a Utifar significa essere parte di un'associazione impegnata a diffondere la cultura del cambiamento e la crescita della Professione. Insieme possiamo fare molto, le nostre idee e la nostra determinazione faranno la differenza!

Servizi riservati ai soci:

- Assistenza in caso di procedimenti legali garantita da avvocati di fiducia di Utifar ed esperti nel settore farmaceutico
- Partecipazione gratuita o agevolata ai nostri convegni
- Formazione a distanza gratuita per coprire interamente i 50 crediti ECM per il 2019
- Agevolazioni per la partecipazione alla Scuola di Galenica Utifar e ad altri percorsi formativi sul territorio
- Consulenze gratuite e personalizzate in ambito professionale, fiscale e legislativo
- Adesione gratuita ad Upfarm (Unione professionale farmacisti per i farmaci orfani) e supporto per la predisposizione di farmaci orfani e off-label
- Spedizione a domicilio di Nuovo Collegamento per i farmacisti collaboratori
- Convenzione Carta Carburanti Cartissima Q8

Iscrizioni online sul sito www.utifar.it