

### FUNCTIONAL FOOD: SCENARI DI MERCATO Una nuova categoria di prodotti che vede nella farmacia il canale vincente

di **Monica Faganello**

Negli ultimi decenni l'assunto che una corretta alimentazione sia alla base del benessere psico-fisico della persona ha trovato evidenza e controprova scientifica. Il consumatore moderno, sempre più consapevole che "l'uomo è ciò che mangia", chiede risposte alternative e diverse, per età e per sesso, alla scienza della nutrizione per soddisfare la sua crescente domanda di benessere.

Una dieta corretta ed equilibrata si basa sul consumo di alimenti in qualità e quantità tali da soddisfare i bisogni energetici e nutrizionali, senza arrecare rischi potenziali per la salute. Purtroppo, l'alimentazione moderna è solo "apparentemente" ricca, nel senso che, se da un lato è aumentata la quantità di cibo, dall'altra è diminuita la sua qualità. Saziarsi, infatti, è molto diverso da nutrirsi.

La carenza qualitativa dei cibi moderni nasce dalla necessità di dover saziare tanta gente, subito e velocemente. Gli alimenti così subiscono manipolazioni per rispondere, appunto, a un'esigenza di velocità, ma anche di commerciabilità: un prodotto in grado di resistere a lungo nonostante trasporti, refrigerazioni, permanenza sul punto vendita e nelle case dei consumatori, vincerà sempre rispetto a un prodotto più naturale e fragile. Allo stesso modo, un prodotto dall'aspetto seriale, che si adatti nella forma e nell'aspetto alle esigenze di vendita, avrà sempre più "valore" rispetto a un prodotto non omogeneo, non standardizzato e più difficilmente gestibile. Le colture intensive, la manipolazione genetica e le lavorazioni industriali irrispettose (come la pastorizzazione, la raffinazione) hanno così impoverito nutrizionalmente i nostri cibi e reso la nostra dieta quotidiana poco adatta a soddisfare le esigenze dell'organismo.

Negli ultimi anni i consumatori, consapevoli di queste tendenze, si sono orientati verso un ritorno al nutrimento nel senso più alto del termine, senza rinunciare alla praticità che risulta fondamentale

nei tempi moderni. Sono nati così gli **Alimenti funzionali**, cibi già naturalmente ricchi di particolari elementi preservati, talvolta addizionati con vitamine o attivi necessari a ritrovare e mantenere uno stato di benessere. Gli **Alimenti Funzionali o Functional Food** rappresentano il futuro della nutrizione, in perfetto equilibrio fra l'integrazione alimentare e la dieta quotidiana. Un vero e proprio *boom* che non accenna a diminuire negli Stati Uniti e che si sta espandendo in Europa attirando molto interesse sia fra i consumatori sia fra gli operatori del settore: dati Mintel evidenziano un valore di mercato, per quanto riguarda gli Alimenti Funzionali, che raggiungerà la quota stimata di 1.420 milioni di Euro entro il 2016.

Anche in Italia si assiste a un trend in ascesa nel mercato dei Functional Food. Per questo abbiamo intervistato Stefano Sala, fondatore e titolare della Zuccari, l'azienda trentina che per prima ha cavalcato l'onda, presentando alcuni mesi fa la nuova Divisione Alimenti Funzionali con il primo Alimento funzionale, il *Super Ananas®*. Il prodotto ha riscosso un grande successo commerciale e ora la Zuccari si propone al mercato con il progetto Functional Food.

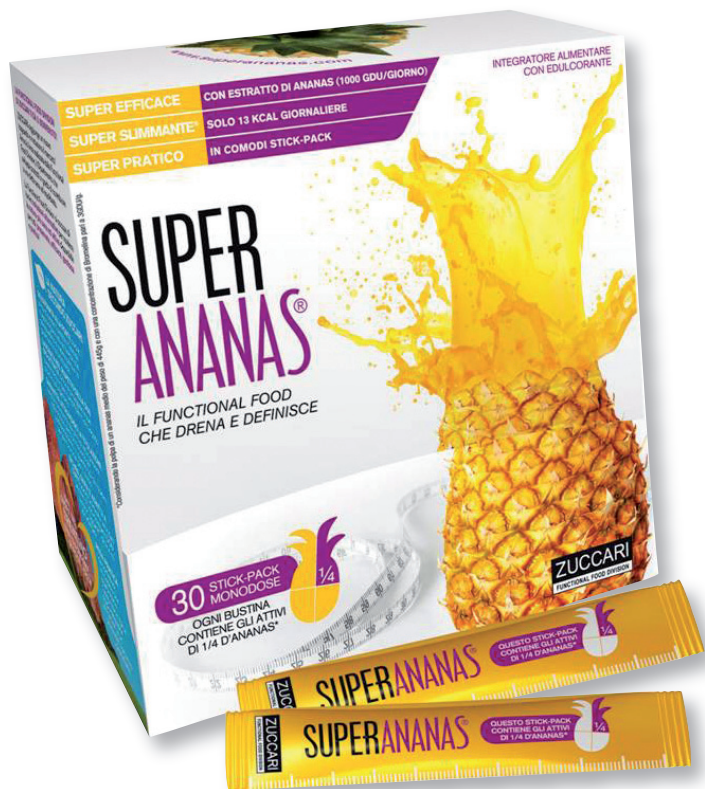
#### **Nonostante la crisi globale, ZUCCARI, in controtendenza rispetto al mercato, continua a crescere.**

Sì, la passione che mi ha portato quindici anni fa a fondare ZUCCARI e che guida ogni giorno il mio staff produce i suoi frutti. Quest'anno chiuderemo il bilancio a 11,5 milioni di euro con una crescita del 16%. In controtendenza al mercato continuiamo ad assumere nuove risorse per lanciare il progetto forse più innovativo che la Farmacia possa ricordare negli ultimi anni.

#### **Che cosa vi ha portato a ideare il progetto Functional Food?**

Al momento siamo presenti in circa 4.000 punti vendita in Italia e vogliamo raggiungerne altri 6.000 nel 2013. Dopo due anni di ricerche abbiamo ideato il progetto Functional Food, con le caratteristiche ideali per l'evoluzione della Farmacia contemporanea, che ci permetterà di creare una partnership con i migliori 10.000 punti vendita selezionati i quali costituiranno il mercato del futuro.

Dalle ultime ricerche sul comportamento d'acquisto del consumatore in Farmacia, con particolare riguardo al mercato degli integratori, emerge un quadro piuttosto statico: la necessità del consumatore di acquistare integratori alimentari per dedicare del tempo a se stesso non viene soddisfatta per la mancanza di particolari innovazioni negli



ultimi anni e di prodotti che siano contemporaneamente efficaci e piacevoli da consumare. Ecco perché abbiamo introdotto una nuova categoria di prodotto: i Functional Food o alimenti Funzionali, ovvero alimenti dalle caratteristiche naturali salvaguardate e potenziate, oppure alimenti che, oltre a rispondere a questo standard, vengono potenziati con principi attivi nobili derivanti da altre fonti alimentari. Il Functional Food di ZUCCARI è oltre l'integrazione e oltre l'alimentazione: i consumatori hanno accesso alla qualità dei migliori integratori alimentari e al piacere del gusto autentico del cibo, reso pratico e adatto a tutti.

### Perché proprio in Farmacia?

ZUCCARI ha le sue radici nel mondo della Farmacia e ha strategicamente scelto di realizzare il progetto perfetto per questo canale, esaltandone le sue caratteristiche e salvaguardando la professionalità del Farmacista, troppo spesso negli ultimi anni messa in secondo piano dall'erosione di quote di mercato a favore di altri canali quali la Grande Distribuzione.

Il mercato dei Functional Food ha subito una crescita esponenziale in Europa e attualmente in Italia i Functional Food sono entrati nella Grande Distribuzione, dal latte arricchito con Omega3 all'olio d'oliva con Vitamina D. Questo canale ha contribuito alla diffusione del-

l'Alimentazione Funzionale in termini quantitativi, ma non ha ampliato la cultura del benessere: in questo canale manca la matrice valoriale e culturale, che invece troviamo per tradizione in Farmacia.

### In cosa consiste il progetto Functional Food?

Il progetto consiste nel futuro della Farmacia. La Functional Food Division di ZUCCARI ha in progetto di lanciare nei prossimi 2 anni sul mercato una ventina di alimenti funzionali, quindi circa 1 al mese, che coprano le principali category della Farmacia. Grazie a due anni di intenso lavoro, i prodotti sono l'unione dei migliori integratori alimentari presenti sul mercato internazionale, con le caratteristiche di piacevolezza e gusto tipiche degli alimenti più consumati. Abbiamo infatti scelto per ogni integratore l'alimento che nella mente di tutti i consumatori svolge quella funzione (per esempio tutti sanno che la prugna è indicata nel caso di irregolarità intestinale), per passare da una dinamica di "assunzione" tipica del mondo farmaceutico al "consumo" del mondo alimentare che avviene costantemente ogni giorno ed è legato ad un mondo di gratificazione e appagamento.

Ho anche fatto analizzare agli esperti di marketing e merchandising del mio team l'esposizione commerciale in un panel di Farmacie selezionate e abbiamo realizzato appositamente la PME (Procedura di Massimizzazione Espositiva: ovvero l'ottimale disposizione di prodotti e merchandising) che permetterà ai punti vendita nostri partner di creare un corner di Category Functional Food di alto impatto visivo con determinate caratteristiche di interazione, permettendo al consumatore finale un facile legame con il prodotto esposto.

### Quali sono i vantaggi del progetto?

La potenzialità di questo progetto è di stravolgere le rotazioni e i consumi dei tradizionali integratori alimentari, quindi le Farmacie potranno guardare al mondo dei Functional Food come al loro futuro.

Da un primo Project Test realizzato da ZUCCARI in primavera su circa 1.000 punti vendita, abbiamo constatato che i Functional Food aumentano l'IRM (indice di rotazione media) da 1,7 (valore tipico degli integratori alimentari) a 16; questo dato eclatante testimonia che il consumatore non solo viene fidelizzato al prodotto ma anche alla Farmacia, poiché consumando ogni giorno i Functional Food è portato a ritornare più frequentemente sul punto vendita. Il progetto è dunque destinato non solo ad aumentare le rotazioni, ma anche ad attrarre nuovi consumatori nelle Farmacie selezionate che vorranno fare parte di questo progetto innovativo.



**Parliamo di guadagni. Che differenza vi è tra la vendita degli integratori e quella dei Functional Food?**

La differenza sta nel rapporto fra marginalità e quantità. All'ampia marginalità dei comuni integratori a volte non risponde un guadagno significativo perché la rotazione è ridotta. I Functional Food offrono una marginalità interessante e aumentano il guadagno in modo esponenziale, grazie alla grande quantità di prodotti venduti e riacquistati.

**Quali sono le caratteristiche del successo dei Functional Food presso il consumatore?**

Sicuramente l'indiscutibile funzionalità, il gusto e la praticità. In un solo gesto il consumatore introduce nutrimento, appaga il gusto, ritrova l'efficacia trattante della natura: il tutto senza rinunciare alle abitudini moderne.

**Quali sono i primi Functional Food lanciati sul mercato?**

Abbiamo già lanciato *Super Ananas*<sup>®</sup>, il gustoso succo concentrato di vero ananas che drena, definisce e slimma<sup>®</sup>; pensi che in questi piccoli stick-pack è contenuto ¼ di frutto d'ananas, la porzione media che, secondo le nostre ricerche, i clienti vorrebbero consumare alla fine di ogni pasto: un desiderio che troppo spesso non trova riscontro nella realtà, perché il frutto risulta difficilmente reperibile e trasportabile.

La gamma si sta ampliando molto velocemente, grazie alla domanda che incrementa giorno dopo giorno.

Seguono *Super Arancia*<sup>®</sup>, un'ottima spremuta d'arancia arricchita con Vitamina C da fonti naturali e un estratto esclusivo di 3 tipologie di Echinacea per supportare tutto l'anno le naturali difese dell'organismo; dalle nostre ricerche non è nemmeno paragonabile la piacevolezza e quindi la voglia di consumo di un integratore alimentare in capsule o compresse effervescenti dal gusto "chimico" legato all'assunzione in un momento di debolezza fisica o male stagionale, rispetto alla buona abitudine di consumare a colazione una fresca spremuta d'arancia che dona una sferzata di benessere e protezione per tutta la giornata.

*Super Coffee*<sup>®</sup>, arricchito con Ginseng, Guaranà, Eleuterococco e Vitamine del gruppo B, che con il suo gusto vellutato favorisce il ripristino dell'energia e della concentrazione; il primo prodotto realizzato per "riportare" in Farmacia l'interesse d'acquisto di prodotti tonici-energetici che i poco naturali e salutari Energy drink hanno dirottato verso altri canali.

*Super Acqua di Cocco*<sup>®</sup>, la dissetante bevanda con Potassio, Magnesio e Creatina per favorire l'equilibrio idrosalino e contrastare l'affaticamento dell'organismo quando lo sport, il caldo o l'età ci mettono a dura prova; basti pensare che l'offerta di integratori di questo genere è piuttosto ampia, ma da anni non riporta nessuna novità come abbiamo fatto noi, per esempio avvicinandoci a dinamiche di consumo, rivoluzionando l'organolettica del prodotto, la sua connessione ad un alimento e non aggiungendo zuccheri, in contrapposizione alle politiche formulative della quasi totalità dei competitor.



### UMDASCH INCONTRA IL MERCATO ITALIANO

La farmacia è la scienza e la tecnica della preparazione e distribuzione dei prodotti farmaceutici e nel tempo ha comunque assunto diverse valenze che ne hanno alterato il significato, oggi il termine farmacia viene normalmente utilizzato per indicare il negozio in cui avviene il commercio dei medicinali.

Quindi il farmacista è il professionista che si occupa della corretta dispensazione dei farmaci e che, disponendo di una specifica preparazione tecnico/scientifica, è addetto alla preparazione, alla fabbricazione ed al controllo dei medicinali.

La scienza e la tecnica di Umdasch Shopfitting maturata con i suoi 150 anni di lavoro, da 50.000 negozi arredati negli ultimi 50 anni di attività e da una capacità di produzione di 300 mila mq/anno di arredi la pongono come uno dei gruppi leader in Europa.

Il Gruppo Umdasch si è sviluppato da normale allestitore di negozi in provider di servizi attivo a livello internazionale, si propone come primaria azienda dell'arredamento di negozi specializzati avvalendosi di un insieme di professionisti ed esperti per assistere il farmacista nelle sue specifiche esigenze, studia le reali esigenze offrendo il meglio in termini di soluzioni individuali.

Umdasch produce sistemi d'arredo più aderenti alle necessità e richieste della specifica Farmacia sia sotto l'aspetto tipologico

che economico, migliora e velocizza tutte le fasi del lavoro per un nuovo e riquilibrato rapporto con la clientela, propone una aderente comunicazione commerciale e professionale della Farmacia e ricerca nuove proposte con formule di servizi da introdurre.

Gli obiettivi che la Farmacia Italiana dovrà affrontare sono nel raggiungere la migliore qualità del lavoro potenziando la professionalità, la relazione di consulenza specializzata con servizi di eccellenza, accrescere la voglia d'acquisto come esperienza da vivere che si traduce in valore.

I tecnici di Umdasch pensano alla farmacia italiana come un tutto unico di professionalità e di emozione, soluzioni adatte per i nuovi stili di vita e per nuove tipologie di consumo, creazione di spazi per servizi e relazioni sociali tra farmacista e cliente; parliamo di Salute & Benessere per una forte visibilità professionale, ci occupiamo di Architettura & Comunicazione per migliorare la qualità dei servizi, ampliare lo spazio assortimento e il mix offerta.

L'azienda si compone di partner tecnico-commerciali differenti per possedere la più ampia e diversificata gamma di prodotti necessari alla strategia industriale proponibile per i cambiamenti del consumatore, è in grado di ideare e consegnare lavori ed opere uniche e differenti. Lo spazio farmacia è rivolto a nuovi significati di counseling. Progettazione con concetti esclusivi, nel rispetto dell'estetica, del marketing e della normativa, associati a tutti i servizi che possano dare al farmacista certezze e non ipotesi.

### ASSISTENZA DOMICILIARE, LA REALIZZAZIONE DI UN SERVIZIO Intervista a ItaliAssistenza

di Silvia Caruso

ItaliAssistenza, con lo slogan "La farmacia dei servizi, anche a domicilio", apre ad un nuovo sistema di fornitura dei servizi richiesti a domicilio, con garanzia totale di professionalità, esperienza, assicurazione, beneficio fiscale e reperibilità telefonica. Il cliente potrà acquistare in farmacia il servizio richiesto. Le aree tematiche attualmente attivate sono: l'assistenza anziani e malati, le iniezioni a domicilio, l'infermiere a domicilio, la fisioterapia a domicilio, l'assistenza post-ricovero, l'assistenza post-parto e nuove aree tematiche potranno essere attivate in futuro.

**Sergio Torelli, lei è amministratore delegato di ItaliAssistenza. Ci spieghi l'importanza del farmacista come partner di questo progetto.**

ItaliAssistenza è un network di professionisti sanitari con un'esperienza ventennale sul territorio. Oggi le farmacie diventano partner in questo progetto, dove il farmacista è il consigliere di fiducia per il paziente che cerca le cure a domicilio e che spesso non sa a chi rivolgersi con il timore di non avere un servizio di qualità.

**Il progetto è attivo da qualche mese in alcune farmacie veronesi. Con quali risultati?**

Il progetto è partito quattro mesi fa e mi sento di ringraziare il presidente di Federfarma Verona, Marco Bacchini, che ci ha accompagnato in questa idea attraverso una collaborazione molto positiva. Siamo partiti dalle esigenze del paziente che si rivolge al farmacista per le cure domiciliari, talvolta anche per esigenze apparentemente più semplici, come un'iniezione. Poi, abbiamo esteso il nostro servizio a tutte le età con l'assistenza post-ricovero per l'anziano, l'assistenza post-parto, i servizi di infermeria, le iniezioni a domicilio, la fisioterapia, l'assistenza anziani e malati. Da subito hanno aderito 60 farmacie veronesi e a breve verranno attivate tutte le 220 farmacie del territorio. I primi riscontri sono sicuramente positivi, il paziente si rivolge con fiducia al farmacista. Attualmente le iniezioni, l'assistenza post-ricovero e il post-parto

### FISIOTERAPIA A DOMICILIO



**Fisioterapista  
a domicilio a partire  
da €43,00**

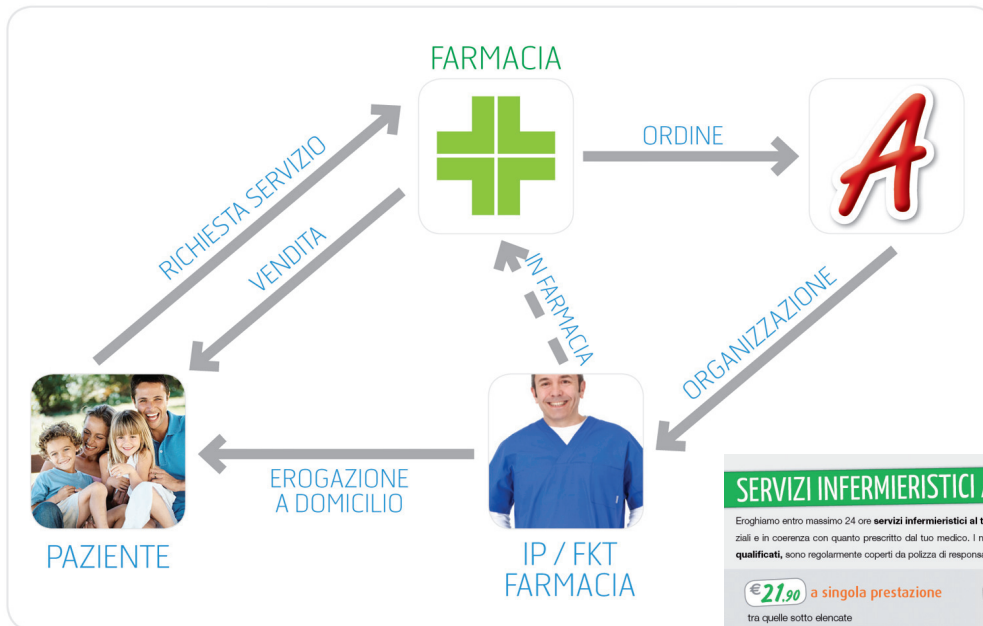


sono i servizi richiesti con maggior interesse. Abbiamo già assistito più di 1000 famiglie in quattro mesi.

**Un progetto nato a Verona ma che in futuro sarà disponibile anche a livello nazionale. Walter Fusaro, direttore commerciale di ItaliaAssistenza, ci spiega i prossimi sviluppi:**

Siamo in contatto con le sedi di Federfarma a livello nazionale, con l'obiettivo di rendere un servizio capillare sul territorio. Il progetto sta partendo anche a Reggio Emilia e, a breve, anche a Lecce. In Lombardia serviamo già 300 farmacie singole.

## SERVIZI SANITARI



### Dottor Fusaro, come funziona operativamente il servizio.

Il paziente/cliente, entrando in farmacia, attiva il servizio richiesto in modo semplice e veloce, riportando al farmacista le proprie necessità. Il farmacista ordina il servizio richiesto tramite penna ottica. A questo punto, il paziente può pagare per i servizi richiesti e ricevere un voucher sul quale vengono riportati tutti i dati del servizio prenotato. Il voucher funziona anche come ricevuta del pagamento effettuato e può essere utilizzato per la detraibilità del servizio. Una volta a casa, il paziente chiamerà il numero verde indicato sul voucher e potrà prenotare l'assistenza in base alle proprie esigenze di orario.

### Il farmacista ha bisogno di qualche strumento particolare, come un software o una banca dati?

I nostri servizi sono esclusivamente domiciliari e il farmacista avrà il nostro supporto gratuito per l'allestimento del database e la formazione sull'utilizzo del software. Con il database a disposizione sarà possibile verificare l'andamento del servizio prenotato dal proprio cliente. Il farmacista non ha costi di gestione, poiché il servizio è completamente gratuito, ma avrà un guadagno in percentuale sul margine fra l'acquisto e la vendita del servizio, come se fosse un prodotto. I prezzi per il cliente sono delineati a livello Italia, suddivisi in tre macroaree, inseriti nella banca dati Federfarma. Il vero guadagno, però, non sarà solo economico, ma sarà un modo per fidelizzare il cliente con servizi ad alto capitale umano che porteranno il paziente ad avere sempre maggior fiducia nel proprio farmacista. Si offrirà un servizio farmacologico e in più un servizio di assistenza domiciliare.

### SERVIZI INFERMIERISTICI A DOMICILIO

Erogiamo entro massimo 24 ore **servizi infermieristici al tuo domicilio**, in funzione delle necessità assistenziali e in coerenza con quanto prescritto dal tuo medico. I nostri servizi, erogati esclusivamente da **infermieri qualificati**, sono regolarmente coperti da polizza di responsabilità civile e deducibili o detraibili fiscalmente.

**€21,90** a singola prestazione

tra quelle sotto elencate

**Assistenza semplice**

**Medicazioni semplici**

- Medicazioni e bendaggi semplici, normali medicazioni post-operatorie
- Medicazioni piaghe da decubito di 1° o 2° stadio della scala Norton

**Flebo non assistita**

Incluse la preparazione e la predisposizione della flebo, esclusa l'assistenza durante la somministrazione.

**Prelievo venoso senza consegna**

Esclusa la consegna del campione ematico presso laboratori di analisi.

**€35,00** a singola prestazione

tra quelle sotto elencate

**Assistenza complessa**

**Medicazioni complesse**

- Medicazioni e bendaggi complessi, (anche in caso di infezioni o di utilizzo di farmaci specifici)
- Medicazioni piaghe da decubito di qualsiasi stadio della scala Norton
- Rimozione punti di sutura

**Flebo assistita (fino a 250 ml)**

Incluse la preparazione, la predisposizione e l'assistenza durante la somministrazione.

**Prelievo venoso con consegna**

Incluse la consegna del campione ematico presso laboratori di analisi.

**Eliminazioni intestinali indirette**

Clisteri evacuativi ed estrazioni fecaloma.

**Cateteri**

Lavaggio o sostituzione di cateteri vescicali (morbid) o venosi periferici.

**Stomie**

Controllo e gestione.

**COME ACCEDERE AL SERVIZIO**

Attivare il servizio è **semplice e veloce**:

- 1 Acquistare il servizio in questa Farmacia, ritirare e conservare la copia d'ordine.
- 2 Con la copia d'ordine a portata di mano, contattarsi al Numero Verde per concordare l'orario e il luogo dove ricevere le prestazioni che verranno garantite al massimo entro 24 ore.

Servizio Clienti  
**800 663388** Attivo sempre 24 ore su 24

**SE NECESSITI DI PIÙ PRESTAZIONI CONTEMPORANEAMENTE O IN VIA CONTINUATIVA CHIEDI AL TUO FARMACISTA LE ALTRE PROPOSTE DISPONIBILI.**

### Dottor Torelli, che riscontri avete avuto a livello territoriale?

Il progetto di ItaliAssistenza è seguito con molto interesse anche dalla sanità territoriale perché questa novità potrà ridurre i costi dell'assistenza sul territorio. In questo modo contribuiamo a far emergere anche il lavoro nero, perché l'infermiere consigliato per passaparola, non sempre è garanzia di sicurezza oltre che rappresentare lavoro non fatturato. Le Asl non possono che vedere nel nostro servizio un alleato sul territorio, perché, specie nei piccoli comuni, l'assistenza a domicilio spesso diventa difficile. Le farmacie sono capillari sul territorio e diventano così un importante alleato nel progetto di assistenza sanitaria a domicilio, con garanzia e professionalità.

Per i farmacisti che vorrebbero vedere anche sul proprio territorio l'attivazione di questi nuovi servizi il consiglio di Sergio Torelli è di rivolgersi alla propria sede di Federfarma: "Il nostro dialogo con Federfarma è aperto a livello nazionale per garantire non solo un servizio della singola farmacia, ma un servizio nazionale diffuso sul territorio".