



FARMACIE:

valore per la società

di **Alessandro Fornaro**, giornalista

È stata presentata a Cosmofarma l'anteprima dei risultati del primo Bilancio Sociale delle farmacie italiane. La ricerca, condotta da Utifar in collaborazione con il Centro Studi Sintesi di Mestre, ha messo in evidenza come la farmacia, anche in tempi di crisi, crei valore aggiunto per la società. Dati alla mano, lo studio dimostra in quale misura le farmacie investono nella coesione sociale, nello sviluppo del sistema Italia, nella prevenzione delle malattie, nell'innovazione. Il Bilancio Sociale è un utile strumento per offrire una panoramica completa del valore delle farmacie italiane.

E' la prima volta che un'indagine di questo tipo viene condotta per le farmacie italiane. Che esse fossero apprezzate dai cittadini era cosa nota, emersa con forza dalle molte autorevoli indagini di questi ultimi anni. Ma quantificare il valore di questo diffuso sentimento di apprezzamento, mettendolo in cifre, era cosa mai stata fatta.

Di solito, le aziende o le istituzioni redigono un bilancio sociale per diffondere e comunicare gli esiti della propria attività, con particolare attenzione alle scelte responsabili e agli impatti che tali azioni generano per l'intera società.

La finalità di tali studi è quella di presentarsi ai propri referenti



con dati alla mano certi che indichino il valore della propria attività nel complesso. Per le farmacie, questa ricerca presenta un ulteriore punto di interesse: cercare di comprendere come sia possibile che le istituzioni e gli ambienti sanitari faticino a riconoscere un valore che per i cittadini è così chiaro. Dove si inceppa il meccanismo?

Come ricorda Eugenio Leopardi, presidente di Utifar, “Solo una volta che le istituzioni avranno ben compreso il valore complessivo prodotto dalle farmacie, potranno apprezzare e sfruttare nel migliore dei modi il ruolo che esse svolgono”. Questo è lo spirito che ha guidato Utifar nell’intraprendere lo sforzo di realizzare questo studio: uno strumento in grado di evidenziare la panoramica completa del sistema delle farmacie, non limitandosi solamente agli aspetti di natura patrimoniale ed economico-finanziaria, ma entrando, cifre alla mano, nel complesso delle iniziative portate a termine o intraprese per il tessuto sociale. Il Centro Studi Sintesi di Mestre ha così condotto un’indagine che rappresenta solo il primo tassello di una collaborazione di lungo respiro, in grado, nei prossimi mesi, di offrire alla categoria altri dati e ulteriori utili strumenti. Il Bilancio Sociale è stato costruito utilizzando due percorsi. Anzitutto, l’esame dinamico dei dati statistici ufficiali di fonte SoSe relativi allo studio di settore VM04U – Farmacie e la riclassificazione delle voci di bilancio orientata alle ricadute sociali e di comunità. Tali elaborazioni, sono quindi state integrate e messe a confronto con quanto emerso in una specifica indagine CAWI condotta su un campione rappresentativo di titolari di farmacie, per rilevare informazioni tipo quali-quantitativo sugli orientamenti delle decisioni aziendali a livello sociale.

Gli spunti di analisi che questo metodo di lavoro permette sono moltissimi e in grado di fornire dati che quantificano il vero valore sociale prodotto dalle farmacie. Sappiamo tutti che le farmacie si muovono in un contesto di crisi dei consumi delle famiglie: disoccupazione, perdita di potere d’acquisto e contrazione delle spese si ripercuotono anche sul canale farmacie. Inoltre, la forte contrazione delle spese sanitarie genera quella riduzione dei bilanci che, da tempo, preoccupa la categoria. In termini reali, le contrazioni raggiungono anche il 28% per le farmacie di maggiori dimensioni. Nonostante questo calo reddituale, le farmacie continuano a rappresentare il punto di riferimento per la salute del cittadino e ad investire in prevenzione delle malattie e in coesione sociale.

Non si può ignorare quanto tale atteggiamento incida nello sviluppo del sistema Italia. Vediamo quindi alcuni dati del primo Bilancio Sociale delle farmacie. Sappiamo bene come il reddito delle famiglie, in termini reali, sia in calo da oltre un quinquennio. Il 2012 è stato l’anno peggiore con un -4,5%. Ma la cosa che più di tutte preoccupa è che, mentre il calo del reddito familiare fino a tutto il 2010 non aveva influito sulle spese sanitarie, dal 2011 in avanti si è registrata una contrazione rilevante nel settore salute. Nel 2013 la spesa per la sanità (farmaci, visite specialistiche e di prevenzione, terapie riabilitative, ecc.) è in assoluto quella che è diminuita di più. Oggi, i consumi sanitari sembrano più influenzati dal ciclo economico rispetto a spese come casa e alimentari. Il rischio è che la salute venga considerata un bene su cui investire solo in tempi in cui ci sono più soldi in tasca. Sebbene i prezzi in questo settore non aumentino, si è registrato un calo nei consumi sanitari del 5,7%.



Confronto della spesa sostenuta per vestiti, cibi, casa, salute

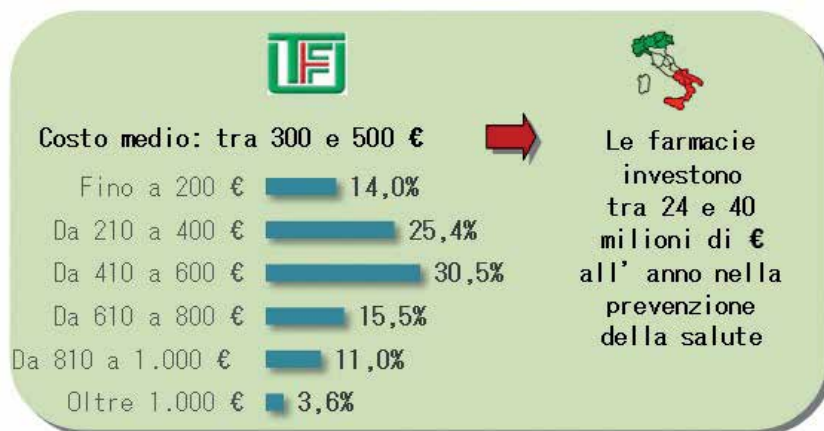
Si capisce bene come tutto ciò non abbia aiutato le farmacie, alle prese, tra le al-



tre cose, con un forte calo dei prezzi dei farmaci. Tale combinazione di eventi ha creato un calo del reddito delle farmacie piuttosto rilevante.

Si stima che i ricavi medi siano scesi nel 2012 sotto la soglia degli 1,2 milioni di euro con una flessione del 2,9% rispetto al valore medio calcolato per il 2008. Parallelamente, si è assistito ad un calo dei costi, ma in misura meno consistente (-2,5%). Il costo delle merci acquistate è sceso sì del 5,3%, ma sono aumentate le spese per il funzionamento della struttura (+4,6%) e soprattutto per il personale (+17,0%). Si è determinata così una forte diminuzione del margine operativo lordo (stimata nel 14,4%) e ancor più pesante per il reddito d'impresa (-20,4%) che è sceso dagli oltre 119 mila euro del 2008 a poco meno di 95 mila euro per il 2012. Seppure in discesa, un reddito persiste. Poca cosa, si potrà dire, rispetto al fatturato prodotto che, per l'intera filiera delle farmacie territoriali, nel 2012 è stato globalmente di 18,7 miliardi di euro. Tale cifra si traduce in un Valore Aggiunto globale netto - che esprime la ricchezza generata dal sistema delle farmacie nella loro attività - di oltre 3,6 miliardi di euro. Ma come viene distribuita questa ricchezza? Circa la metà è restituita al personale sotto forma di retribuzione, quindi potenzialmente reimmesso nel circuito dei consumi. Una parte cospicua, invece, vola verso la pubblica Amministrazione anche sotto forma di imposte di vario tipo. Solamente poco più di un quarto, pari a circa 960 milioni di euro, è destinato alla remunerazione dei titolari. Nonostante questa situazione non certamente rosea, le farmacie continuano a proporre i propri servizi, per esempio, offrendo una consulenza sanitaria spesso gratuita per l'utente che impegna molto personale: la consulenza informativa offerta del farmacista

impiega 2 ore di lavoro al giorno per addetto, con un costo medio di 10 mila euro all'anno per addetto per farmacia. Lo studio ha quantificato tale situazione, stimando che almeno i due terzi degli utenti giornalieri si rechino in farmacia per consulenze sulla salute. Si tratta di almeno 800 mila cittadini al giorno. Il tutto con professionalità e solerzia, tanto che nei momenti di punta in farmacia i tempi di attesa sono mediamente tra i 5 e gli 8 minuti. Ma la farmacia non si occupa solo della salute dei cittadini: è attenta anche alle loro tasche, consapevole del difficile momento economico. A fronte di una crescita media dei listini dei fornitori del 2,6%, i prezzi di vendita applicati sono stabili. Anzi, per la precisione, in leggerissima flessione (-0,1%). Rispetto a questa situazione, il 61% delle farmacie intervistate ha riscontrato un aumento dei prezzi dei fornitori, ma solo il 41% ha dichiarato di avere incrementato i prezzi di vendita. Spesso gratuitamente, la farmacia offre anche momenti di confronto con il pubblico, investendo nella prevenzione della salute circa 30 milioni di euro all'anno: oltre 6 farmacie su 10 hanno organizzato nel 2013 giornate per la prevenzione delle più comuni patologie, nel corso delle quali tra 1,2 e 1,6 milioni di cittadini hanno fatto prevenzione delle malattie più comuni.

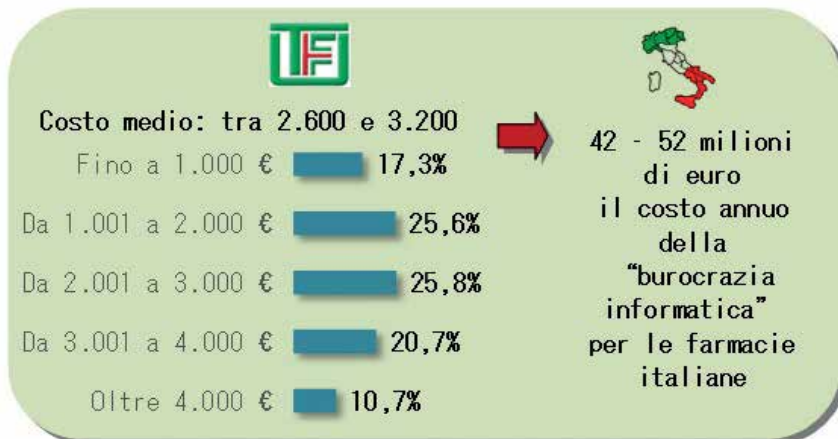


Costo medio delle giornate di prevenzione organizzate dalle farmacie nel 2013

Mediamente, 15/20 persone si sottopongono a ogni test di prevenzione organizzato dalle farmacie: un forte risparmio per il Ssn in termini di prevenzione. Ma questa non rappresenta l'unica forma di risparmio che le farmacie offrono al Ssn. Ben più rilevante è quello riferibile alla raccolta e alla trasmissione dati che la farmacia fa gratuitamente verso la pubblica Amministrazione. La "burocrazia informatica" costa alle farmacie una cifra compresa tra 42 e 52 milioni di euro all'anno solo di struttura: la spesa media annua in software per la trasmissione dei dati delle ricette è intorno a 2.600/3.200 euro per farmacia. Gli addetti costano al sistema tra 350 e 470 milioni di euro all'an-

2014

no: in media sono 1,5/2 ore uomo giornaliero impiegate per la burocrazia informatica, tra 8 e 11 mila euro di costo annuo per dipendente di ogni farmacia rivolto a tali mansioni.



Costo medio delle giornate di prevenzione organizzate dalle farmacie nel 2013

Non solo per questi motivi pratici, ma anche per il forte rapporto umano che lega il farmacista titolare ai propri collaboratori, non sorprende il dato che, nonostante la crisi, il numero di addetti per farmacia sia rimasto stabile. Come del resto nelle piccole imprese che rappresentano il tessuto base dell'economia italiana, nonostante la crisi l'occupazione delle farmacie ha quindi tenuto. Un forte segnale, questo, per coloro che hanno creduto nella necessità di forme di liberalizzazioni tese a creare occupazione. Mentre i concorsi per le nuove aperture sono fermi, la farmacia risponde facendosi portatrice di un atteggiamento più che nobile. Quello con i propri dipendenti è soprattutto un rapporto mirato alla crescita professionale. Nella consapevolezza che la preparazione sia l'arma migliore per rispondere ai crescenti bisogni del cittadino, le farmacie investono in modo diretto una cifra tra 7 e 12 milioni di euro all'anno per la formazione degli addetti. Senza tenere conto della perdita di ore lavorate, la stima del costo diretto della formazione è tra i 500 e gli 800 euro annui per farmacia. Con quali risultati? Di certo, nella preparazione c'è sempre da migliorare, anche se tra 6 e 7 farmacie ogni 10 si sentono professionalmente aggiornate. Quelli presentati a Cosmo-farma, e in parte riportati in questo articolo, sono solo i primi dati emersi dall'indagine sul Bilancio Sociale delle farmacie italiane. Nell'ambito delle giornate di Farmadays 2014, Utifar renderà noti i risultati emersi dalle elaborazioni successive e presenterà l'intero progetto di collaborazione con il Centro studi Sintesi. Una collaborazione tesa a dotare la categoria di nuovi e importanti strumenti per meglio comprendere sé stessa e per rappresentare all'esterno il proprio reale valore.

DIVENTA SOCIO UTFARI!



150 €

PER I TITOLARI E I DIRETTORI DI FARMACIA
GESTITA IN FORMA SOCIETARIA

50 €

PER I NON TITOLARI

GRATIS

PER I NEOLAUREATI

**fai parte di un'associazione
impegnata a diffondere
la cultura del cambiamento
e la crescita della professione**

UTFAR, INSIEME SI CRESCE!

per info e iscrizioni:
utifar@utifar.it

2014 ^{Socio}
UTFAR



BANCA DATI

Oltre 13.000 schede prodotto, espandibili a piacere, create e selezionate da farmacisti come te, appositamente per l'e-commerce.

DESIGN

Creeremo per te un nuovo nome commerciale, un logo e progetteremo un sito di grande impatto, rispettando i tuoi gusti e le tue richieste.

WEB

Pochi passi e sei già in Internet. Ora Migliorshop darà il meglio di sé grazie alle funzionalità di indicizzazione e di utilizzo dei social network.

BACKOFFICE

Non ti resta che gestire le vendite da una piattaforma potente e di semplice uso, accessibile da ogni luogo e con ogni dispositivo.

Migliorshop e-commerce farmacia

Desideri iniziare a vendere subito?

Comincia bene, avvia la tua nuova attività con **Migliorshop**, la piattaforma e-commerce di maggior successo. Potrai beneficiare della nostra banca dati completa di schede prodotti e articoli divulgativi, di un grande design, dei migliori professionisti italiani del settore e di un prezzo tutto incluso.

Hai già un e-commerce e sei insoddisfatto?

Prova Migliorshop e capirai che l'e-commerce funziona. L'iniziativa **Passa a Migliorshop** ti consente di ottenere forti sconti in funzione del tuo investimento e cominciare a vendere davvero. Non perdere la tua seconda opportunità. L'offerta è limitata nel tempo.

Cerchi un partner che investa con te?

Con **Migliorshop Pay per use** basta un piccolo acconto e noi prepareremo per te un sito bello ed efficiente, completo di catalogo e articoli divulgativi. Per soli 24 mesi pagherai ogni mese una piccola royalty sull'ordinato. Dal terzo anno sarà come se avessi acquistato una formula tradizionale.

Migliorshop by Sfera Design
Tel. 02 45.076.435
www.migliorshop.it

Migliorshop[®]
Il futuro della tua farmacia

Domande e risposte sull'e-commerce

Una risposta alle vostre domande più frequenti. Potete avere un nostro consulente a vostra disposizione chiamando il numero 02 45.076.435 o trovare altre risposte nel sito www.migliorshop.it.

Perchè aprire un sito e-commerce per la farmacia?

Già da alcuni anni due fattori hanno fortemente minato il reddito della farmacia: l'apertura di punti vendita presso i centri commerciali e la liberalizzazione degli sconti. Ciò ha avuto un impatto immediato sulla marginalità e sulle quantità vendute.

Sono 20 milioni gli italiani che almeno una volta nella vita hanno comprato online e oltre 16 milioni quelli che hanno effettuato un atto d'acquisto negli ultimi 3 mesi (dati Netcomm). Vendere on line è l'unico modo per creare un'economia di scala che consenta di creare redditività anche proponendo il proprio assortimento a prezzi scontati.

Sono abituato a valorizzare l'interazione con il pubblico e a vedere riconosciuto il mio ruolo di consiglio, mi sembra strano dissociare la vendita online dall'immagine della farmacia.

In realtà il farmacista continua ad essere il fulcro del rapporto con il cliente, anche online. In Internet è ovviamente necessario trasmettere l'idea di una più tranquillizzante struttura logicamente organizzata e creata appositamente per Internet, ma garantita da una farmacia.

Su Internet è sempre necessario vendere a prezzo scontato?

L'acquisto online è tradizionalmente più vantaggioso rispetto all'acquisto nei punti vendita. Ciò è peraltro giustificato dal fatto che il cliente sceglie, acquista e paga il prodotto senza alcuna assistenza. Come per la farmacia, anche in Internet è molto importante la reputazione. Un gran numero di feedback positivi (le opinioni dei clienti) garantiscono ottimi risultati di vendita anche con sconti molto inferiori.

Dovrò provvedere in proprio all'inserimento dei prodotti da vendere?

Sfera Design dispone di un database dei parafarmaci più venduti su Internet in Italia. Ogni prodotto è completo di

scheda tecnica, perfettamente idonea alla comparazione dei prodotti, e di immagini di qualità. Ogni versione di MigliorShop ha già in dotazione migliaia di schede prodotto delle oltre **760 marche** più vendute e, se lo desidera, il farmacista potrà inserire prodotti aggiuntivi in proprio o acquistare nuove schede.

Quanto tempo richiederà la gestione del sito Internet?

Tenendo conto dello scontrino medio del settore Salute e benessere, attualmente pari a circa 100€, con un fatturato pari a 500.000 €/anno bastano in media meno di 14 pacchi al giorno (che richiedono per la preparazione molto meno del tempo necessario a servire 14 clienti in Farmacia). In sostanza una piccola porzione del tempo di un magazziniere. Il corriere passerà a ritirare i pacchi una volta al giorno. Occorrerà poi dedicare del tempo alla preparazione delle offerte settimanali, all'invio delle newsletter (normalmente quindicinali) e alle risposte ad eventuali quesiti dei clienti via email. Migliorshop è studiato per rispondere preventivamente ogni richiesta dell'utente in modo da ridurre al minimo questa attività.

E' possibile pubblicare sul sito i farmaci senza prescrizione medica?

L'approvazione del decreto legislativo 19 febbraio 2014, n. 17 in attuazione della direttiva 2011/62/UE consente, tra l'altro, la vendita on line dei farmaci senza prescrizione medica. Ancora pochi adempimenti da parte del Ministero della Salute e delle regioni e l'iter sarà completato.

Il sito si interfaccia con il gestionale della farmacia?

Certo, Migliorshop importa aggiornamenti sui costi, il listino, le disponibilità, lo stato di esaurimento. La gestione dei prezzi, l'emissione di documenti, le statistiche di vendita sono gestiti direttamente nel gestionale del sito in modo molto semplice con pochi click.

Siete convenzionati con un corriere?

Sì, stipulando un contratto con Sfera Design potrete accedere alle migliori tariffe dei corrieri nazionali. Disponiamo anche di una convenzione con un importante corriere nazionale ma, qualora ciò non dovesse soddisfarvi, un consulente tratterà per voi con il vostro corriere preferito per aiutarvi ad ottenere le migliori condizioni.

Che tipo di supporto offrite alle farmacie?

Sfera Design, attraverso la soluzione e-commerce MigliorShop, creata appositamente per la farmacia, fornisce tutto ciò che occorre per diventare rapidamente un'azienda web oriented. Il farmacista che intende avviare un'attività e-commerce potrà contare su un sito all'avanguardia e su misura, un backoffice potentissimo, banche dati di prodotti e articoli divulgativi appositamente realizzate e gestite da esperti farmacisti, una completa assistenza per la scelta dei prodotti, le strategie di prezzo, il marketing per raggiungere rapidamente il successo, le campagne pubblicitarie, l'immagine grafica, le promozioni, i pagamenti, la contrattualistica, l'organizzazione logistica e l'accesso a costi convenzionati per le spedizioni. Il farmacista è seguito passo dopo passo, con un consulente sempre al suo fianco.

Ho un sito e-commerce presso un'altra azienda, ma non ho risultati apprezzabili. Posso passare a Migliorshop?

E' possibile trasferire un sito e-commerce e le email attuali sulla piattaforma Migliorshop beneficiando delle sue collaudate tecnologie e di un'apposita promozione.

fino al **25%** di sconto
se passi a Migliorshop da un
altro sito e-commerce

Io posso

essere orgogliosa di far parte di un team in cui ognuno garantisce la qualità dei nostri prodotti, indipendentemente dal luogo di produzione.

Io posso...

perché

Mylan è una delle maggiori e affermate aziende al mondo produttrici di farmaci equivalenti e specialistici. I nostri team conducono accurati controlli su tutti i medicinali, dal principio attivo alla distribuzione.

In Mylan, la priorità siete voi e i vostri pazienti.

Visitate YourMylan.com

Veronique

Mylan Plant Senior Director

**La nostra
Mylan
è la vostra
Mylan.**

 **Mylan**

Seeing
is believing

SAUVETER
DU