

WORKSHOP CONVEGNI PROGETTI FARMACIA

FARMA²⁰¹³days
RICETTE PER IL CAMBIAMENTO



Speciale FARMADAYS

Gli eventi

- **Il successo di Farmadays**
- **Farmadays Lab:
un'esperienza positiva**
- **Premio Renato Grendene:
i progetti vincitori della prima edizione**



Il successo di Farmadays

Un ricco programma convegnistico (interamente visionabile sul sito www.farmadays.com) ha affiancato un'area espositiva dove oltre cento aziende hanno presentato i propri prodotti e servizi in sintonia con lo spirito di Farmadays: una manifestazione che punta allo sviluppo della farmacia attraverso l'implementazione dei singoli reparti e una adeguata preparazione professionale. Questi due aspetti hanno tra loro un forte legame: senza le competenze necessarie è impossibile specializzarsi. Viceversa, la professionalità aiuta la selezione dei prodotti, il consiglio, la razionalizzazione degli acquisti della farmacia e la sostenibilità economica dell'azienda. Con questo spirito si è discusso e lavorato nell'arco di tre intense giornate i cui contenuti saranno ripresi in altre iniziative sul territorio: Farmadays rappresenta infatti solo la punta dell'iceberg di quanto Utifar promuove nel corso di tutto l'anno. Tra queste iniziative, la ricerca sulle percezioni dei farmacisti rispetto alla qualità dei servizi offerti e alle possibilità di migliorare l'intero stato del settore, presentata a Farmadays da Enrico Finzi sociologo e presidente di AstraRicerche. Ne è emersa una situazione contrastata, dove "A fronte della crisi di redditività conseguente alla crisi del settore farmaco, un farmacista ogni 16 è pronto a lasciare l'esercizio e ha perso entusiasmo verso la professione". "Ma non mancano aspetti positivi - ha continuato Finzi - a partire dalla persistente elevata soddisfazione che la gran parte dei farmacisti prova quando riflette sul proprio ruolo di professionista della salute e sul valore sociale del proprio rapporto con il cittadino". Valore riconosciuto nell'abito di Farmadays anche dal ministro alla Salute Beatrice Lorenzin che, in un saluto rivolto ai partecipanti della manifestazione, ha ribadito come i farmacisti rappresentino "un fondamentale e imprescindibile punto di incontro tra il cittadino e il servizio sanitario nazionale. La naturale capacità professionale del sistema farmacia di essere vicino ai bisogni della popolazione - ha proseguito il Ministro della Salute

Beatrice Lorenzin, nel suo indirizzo di saluto - rende la categoria un soggetto idoneo ad erogare nuovi servizi di valenza socio-sanitaria come l'assistenza domiciliare, lo screening, la presa in carico di pazienti cronici per monitorare le terapie. La farmacia resta un nodo fondamentale del sistema sanitario. Questo offre indubbi vantaggi all'intera collettività. Preservare il ruolo della farmacia rende efficienza ed efficacia al sistema sanitario nazionale, utilizza al meglio le risorse umane ed economiche, e risponde in maniera più immediata alla domanda di salute dei cittadini". E' una rinnovata fiducia che non solo i cittadini, ma il Ministro stesso riserva al mondo della farmacia. Un terreno fertile sul quale incentrare le prossime politiche di implementazione dei servizi e di sviluppo dei singoli settori che compongono l'offerta della farmacia. Questa è la convinzione di Utifar che, con le sue iniziative, vuole essere al fianco dei farmacisti per una crescita della professione e per la salvaguardia della sostenibilità economica della farmacia.

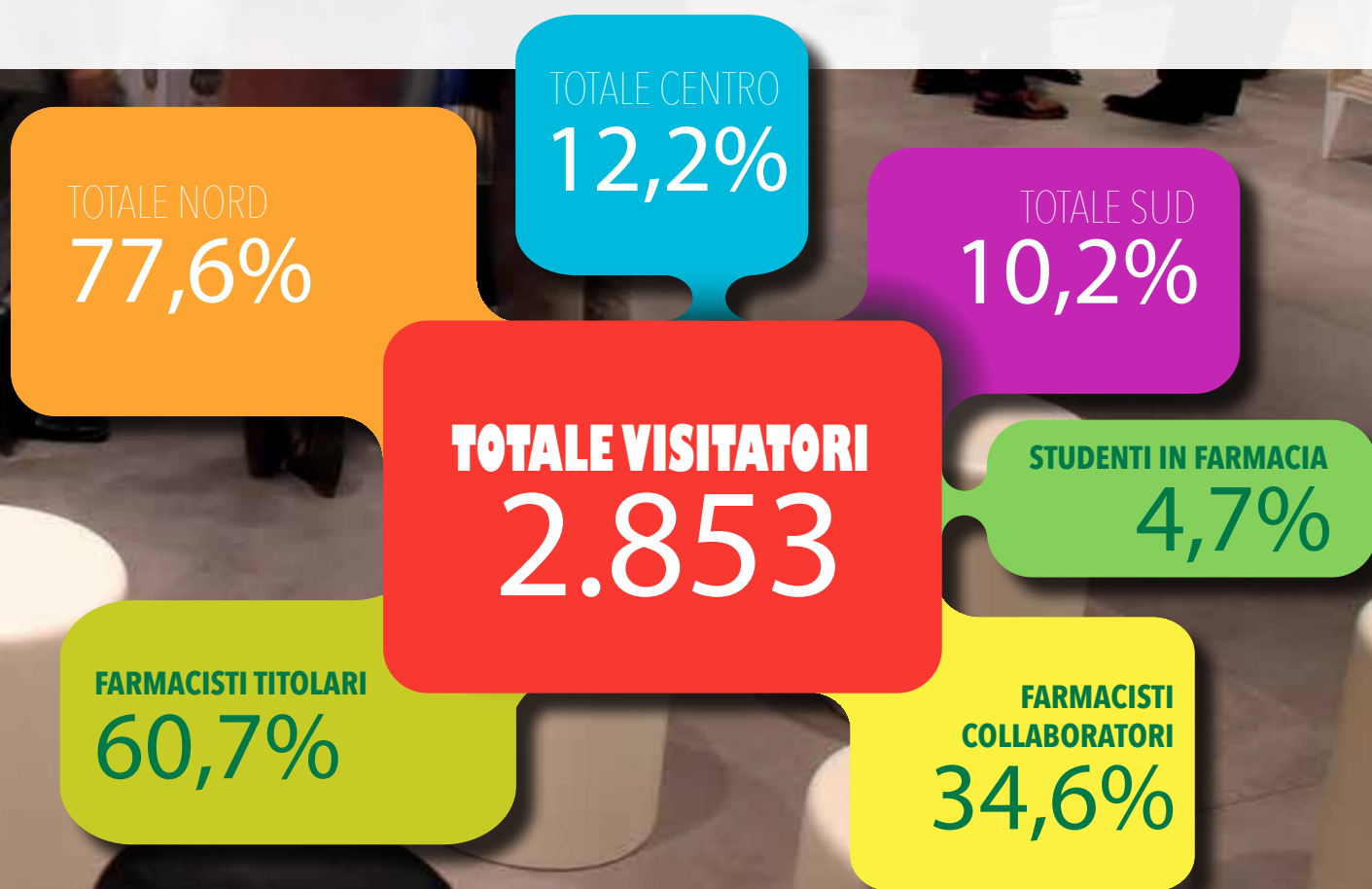
**I video di tutti i convegni Farmadays 2013
sul sito www.farmadays.com**





La manifestazione, giunta alla seconda edizione, è già diventata un punto di riferimento per il mondo della farmacia oltre che un interlocutore primario per l'intero comparto sanitario.

A dimostrazione di ciò, i circa tremila visitatori e i molti esponenti istituzionali presenti



Speciale FARMADAYS



istantanee di FARMADAYS 2013 convegni wo





Workshop farmacia aziende premio



FarmaDaysLAB

UNA FARMACIA IDEALE
ALL'INTERNO DEL PALAEXPO

Utifar, in collaborazione con lo studio Alfonso Maligno, ha presentato a Verona FarmaDaysLAB, il primo laboratorio per l'innovazione, dove farmacisti, professionisti e aziende si sono incontrati e confrontati per migliorare il business della farmacia in termini di differenziazione, innovazione e marginalità.

Lo Studio Alfonso Maligno ha progettato un "luogo nuovo" in cui fosse piacevole permanere e in cui la relazione con il prodotto e con il personale avvenisse secondo nuove modalità. È la Farmacia 3.0, presentata in occasione della prima edizione di FarmaDays e sviluppata nel progetto FarmadaysLab per offrire ai farmacisti presenti a Farmadays un vero laboratorio: una farmacia ideale dove confrontarsi con le migliori tecniche espositive e l'offerta di nuovi servizi. "Dopo tre presentazioni ufficiali della farmacia di terza generazione, prima a Verona, poi a Parigi e infine a Bologna, abbiamo deciso di far evolvere il concept e abbiamo realizzato assieme a Utifar una piattaforma culturale, - spiega Salvatore Maligno - un vero e proprio LAB per esplorare i diversi aspetti del settore, immergendo i farmacisti in uno spazio vendita 3.0, in cui diventare protagonisti della relazione con l'ambiente, con il prodotto e con il personale, e coinvolgendoli in attività e workshop per analizzare concretamente l'attuale situazione di mercato e indicare possibili strade future di sviluppo."

Il settore farmacia ha attraversato un lungo periodo d'inattività dal punto di vista dell'innovazione, generando un'omologazione del modello d'offerta e dello spazio vendita. Le nuove dinamiche di consumo si sono dimostrate in forte contrasto con



la farmacia media italiana, che, nell'immaginario comune, è rimasta un luogo in cui recarsi solo in caso di stretta necessità e per il minor tempo possibile.

La Farmacia 3.0 è un modello professionale e commerciale sviluppato secondo le dottrine del marketing 3.0. Nel modello del marketing 1.0 era fondamentale proporre al mercato un buon prodotto, nel marketing 2.0 bisognava essere in grado di soddisfare le esigenze dei consumatori, ora, nel marketing 3.0 lo stesso modo di concepire il punto vendita deve essere ripensato: l'obiettivo è offrire alla collettività un "luogo migliore".

Il progetto Farmacia 3.0 si è presentato sul mercato europeo, rompendo ogni schema associato alla visione classica della farmacia e rivoluzionando il modo di vivere il punto vendita dal layout alla store-interaction, passando attraverso la multicanalità, la sensorialità e la relazione.

Partendo da questi presupposti, FarmaDaysLAB ha proposto percorsi per la crescita della farmacia per sperimentare nuove dinamiche di vendita ed esplorare nuove modalità di interazione.

All'interno della farmacia virtuale allestita nel Plaexpo della Fiera di Verona, si sono tenuti una serie di workshop che hanno affrontato tematiche differenti, analizzando le dinamiche d'acquisto dei target che generano e influenzano i processi d'acquisto, evidenziando le tendenze di consumo e le categorie merceologiche emergenti e delineando le strategie che la farmacia deve attuare per conquistare il mercato e affermarsi come momento di relazione dedicata e insostituibile per il consumatore. "In un momento come questo, le competenze individuali non bastano più, - continua Salvatore Maligno - c'è bisogno di attivare nuove alleanze, sia tra professionisti che tra imprese. La Farmacia 3.0 ha acquisito così l'etichetta di network, capace di attrarre ed unire aziende, professionisti e farmacisti."

In altri termini, il grande successo, raccolto in occasione di FarmaDays 2013, ha evidenziato la necessità di creare un network Farmacia 3.0 in grado di amplificare il valore apportato da ciascun attore, fornendo al farmacista una visione globale del concept di terza generazione e favorendo la cultura e la crescita del settore.



Speciale FARMADAYS *la farmacia ideale*



Per certi versi il network Farmacia 3.0 richiama, amplia e aggiorna all'era digitale quello delle reti d'impresa, cioè quella forma aggregativa che permette a ciascuna azienda di essere maggiormente qualificata e valorizzata, pur mantenendo la propria indipendenza e identità.

"Il mondo si sta trasformando, lo sappiamo, ma non era mai cambiato così velocemente - continua Salvatore Maligno -. Per cogliere la sfida è essenziale la componente relazionale, intesa come la nostra individuale capacità di scambiare, di completarci, di collaborare con gli altri per immaginare la nostra stessa trasformazione, come persone e come imprese. È l'unica strada praticabile. È una delle poche modalità che abbiamo a disposizione per non restare ai margini del cambiamento. Attivare, insomma, la collaborazione per accompagnare la trasformazione delle farmacie".

Scaffali fisici e digitali colmi di prodotti, innumerevoli modelli, un'offerta illimitata e su internet musica, giochi, scarpe, cibi, servizi di ogni genere e ad ogni ora. Il cliente non fa solo del "cosa comprare", ma del "come e dove", un progetto; un progetto per gestire da una parte la perdita di ricchezza e dall'altra l'eccesso di scelta, per gestire il tempo e per scovare il prezzo più basso. In questo periodo il consumatore esce dalle proprie aree di comfort, e ne esce più forte per ritrarre il proprio modello di vita; cambia creativamente il proprio punto di vista, l'intensità, la frequenza e la modalità dell'acquisto/accesso (nel punto vendita, dal cellulare, in un social network...), diventa produttore, distributore e anche concorrente... Cambia, insomma, le proprie abitudini.

Progettare il punto vendita diventa quindi un'esigenza - afferma Salvatore Maligno - e quando dico progettare intendo dire cambiare strumenti; basta, per esempio, parlare solo di prodotti, di target, di espositori. Per tracciare la customer experience, che è molto più multidimensionale di quello che tante ricerche di mercato raccontano, occorre sviluppare nuove alleanze. Progettare il punto vendita farmacia vuol dire individuare una promessa di servizio forte e riconoscibile, unica, che il cliente possa ritrovare in tutti i touch points della sua experience, sempre più estesa e integrata.



**Il video ufficiale di FarmadaysLab
sul sito www.farmadays.com**





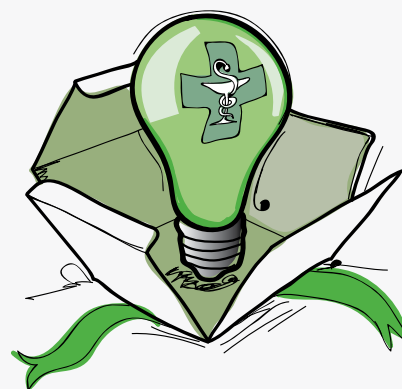
Premio Renato Grendene 2013

A Farmadays nasce l'impegno per una nuova generazione di farmacisti più entusiasti, più protagonisti, più innovativi e adeguatamente preparati

In questa direzione è andata anche l'assegnazione del Primo Premio "Renato Grendene" per l'innovazione. Sono stati presentati 26 progetti di modernizzazione e rinnovamento. Al primo posto è risultato il progetto presentato dal dottor Gianmarco Padovani di Verona "L'autoanalisi come mezzo di fidelizzazione". Al secondo posto il progetto dei dottori Alberto Tombolato e Maria Occari della provincia di Padova, con una proposta su "Professionalità, cortesia e continuo aggiornamento al servizio della gente". Terzo classificato il dottor Alessandro Gardini di Modena con un'idea sul tema "Sport, nutrizione e benessere in farmacia". In queste pagine, saranno presentati i progetti finalisti. Chi volesse prendere visione degli altri progetti presentati, può collegarsi alla pagina Facebook di Utifar o richiedere gratuitamente la pubblicazione che raccoglie una ampia selezione delle iniziative presentate scrivendo a utifar@utifar.it

Durante la cerimonia di premiazione, Eugenio Leopardi, presidente di Utifar, ha voluto ricordare, insieme ai presidenti dell'Ordine dei Farmacisti bresciani e di Federfarma Brescia, la figura di Renato Grendene, farmacista innovatore e uno dei più autorevoli rappresentanti nelle associazioni di categoria e nelle istituzioni. Un ricordo di Renato Grendene è stato

espresso anche da Antonello Mirone, Presidente di Federfarma Servizi, azienda che ha voluto contribuire con un premio ad hoc per il vincitore. Il premio è stato istituito in collaborazione con Specchiasol azienda che da 40 anni opera nell'ambito della fitoterapia, uno dei settori che maggiormente rappresentano una opportunità di crescita economica e di rilancio per la farmacia. La partecipazione al premio "Renato Grendene" ha voluto essere un modo per festeggiare i 40 anni di attività di questa importante azienda che ha sempre saputo diffondere la cultura del benessere, condividendo lo spirito di Utifar e di Farmadays: l'innovazione e lo sviluppo dei settori come ricetta per la crescita della farmacia. Il ringraziamento di Utifar va quindi a Specchiasol e a tutti i farmacisti che hanno partecipato alla prima edizione di un premio finalizzato a stimolare il rilancio della farmacia.



1

Progetto primo classificato:
L'autoanalisi
come mezzo di fidelizzazione
Gianmarco Padovani
 FARMACIA PADOVANI
 Via G. Mameli 39 - Verona



2

Progetto secondo classificato:
Professionalità, cortesia e continuo aggiornamento
al servizio della gente
Maria Occari
 FARMACIA TOMBOLATO
 Piazza Dei Martiri 26/27
 Santa Giustina In Colle (PD)



3

Progetto terzo classificato:
Sport, nutrizione
e benessere in farmacia
Alessandro Gardini
 FARMACIA DEL BIVIO VIA DEI
 TULIPANI
 2 Bivio Montegelli - Forlì-Cesena



foto Emanuele Esquilli



**RICHIEDI UNA COPIA GRATUITA DELLA PUBBLICAZIONE
 CON LA SELEZIONE DEI PROGETTI
 CHE HANNO PARTECIPATO ALLA PRIMA EDIZIONE
 DEL PREMIO RENATO GRENDENE: SCRIVI A utifar@utifar.it**



L'autoanalisi come mezzo di fidelizzazione

Un piccolo ambiente di un paio di metri quadrati con bilancia, misuratore di pressione e apparecchio per autoanalisi capillare del sangue.

Viene eseguito il salvataggio dei dati acquisiti della clientela e la produzione di grafici e cartelle relative agli esami effettuati, con eventuale invio in formato elettronico dei risultati ai medici curanti.

L'acquisizione di nuovi clienti in seguito al cosiddetto "passaparola", aiutato da giornate promozionali, una discreta campagna informativa hanno portato ad eseguire 162 test nei primi tre mesi di utilizzo. Interessante l'indotto delle numerose vendite di integratori esposti nel piccolo laboratorio e il vivo interessamento che alcune ditte hanno manifestato per la prova dell'interazione positiva fra i loro prodotti e il beneficio arrecato e comprovato dai dati

Gianmarco Padovani

FARMACIA PADOVANI

Via G. Mameli 39

37126 Verona

Non sono certo io il primo farmacista che si occupa di autoanalisi in farmacia! Penso tuttavia di aver creato un progetto estremamente interessante, utile e con numerosi potenziali sviluppi futuri. In un piccolo ambiente di un paio di metri quadrati ho installato vicino a bilancia

e misuratore di pressione un apparecchio per autoanalisi capillare del sangue; l'ho adibito a test per glicemia, colesterolo, trigliceridi, AST, ALT e GGT. L'idea è nata da uno spunto datomi da un amico, che, per controllare il valore del proprio colesterolo, andava in una farmacia a un paio di chilometri da casa dove, diceva, "erano così gentili da registrare su un quaderno i miei valori e da istruirmi sulla corretta alimentazione e su un corretto uso degli integratori".



Interessato da quanto raccontatomi, ho creato all'interno della farmacia un piccolo spazio espositivo di un paio di metri lineari dove ho disposto materiale educativo e formativo e una serie di integratori utili per compensare le variazioni di questi parametri. Soddisfatto solo parzialmente da tutto ciò, ho pensato che la cosa si poteva trasformare in un ottimo mezzo per fidelizzare i miei clienti e acquisirne di nuovi. Ecco dunque l'ulteriore idea di salvare i dati acquisiti della clientela e di produrre grafici e cartelle relative agli esami effettuati. A seguire poi ho colto il desiderio di alcuni clienti di poter inoltrare in formato elettronico i risultati ai propri medici curanti e mi sono subito strutturato per poterlo fare. Il tutto naturalmente gratis; il servizio fornito viene così percepito come valore aggiunto, come motivo per preferire la mia farmacia ad altre nella zona; non come un servizio prezioso, ma antipaticamente a pagamento. Il software sviluppato in ambiente MS Excel è in grado di memorizzare i dati di pressione sistolica e diastolica, glicemia, trigliceridi, colesterolo, parametri epatici nonché nomi, cognomi, indirizzi civili e di posta elettronica e relativi numeri di telefono; permette di stampare report relativi all'andamento nel tempo di tali valori e di tracciare parallelamente le eventuali assunzioni di integratori e farmaci prescritti dai medici. Tutte queste iniziative (esami, integratori, refertazione, grafici, inoltri, etc) insieme hanno consentito di fidelizzare la clientela, che si è dimostrata estremamente soddisfatta dei servizi offerti gratuitamente e che ha apprezzato in modo particolare il fatto che la propria storia clinica fosse seguita con attenzione e sicurezza nella custodia dei dati. L'acquisizione di nuovi clienti in seguito al cosiddetto "passaparola", aiutato da giornate promozionali e una discreta campagna informativa sono stati ulteriori fattori di successo. Sono così arrivato a eseguire 162 test nei primi tre mesi di utilizzo (una buona farmacia ne esegue massimo una trentina al mese). Aspetti da non trascurare sono inoltre l'indotto di numerose vendite di integratori esposti nel piccolo laboratorio e il vivo interessamento che alcune ditte hanno manifestato per la prova dell'evidente interazione positiva fra i loro prodotti e il beneficio arrecato e comprovato dai miei dati. Migliori condizioni di acquisto sono state la ricompensa per la prova della loro efficacia. L'immediatezza della referta-

zione e la possibilità di spedire i suddetti report a medici di famiglia è molto apprezzata dagli stessi che possono visionare i parametri critici in tempo pressoché reale. Il progetto è un continuo "work in progress"; al momento stiamo testando la possibilità di scaricare in tempo reale i dati memorizzati nel database da un qualsiasi PC connesso a internet, nonché naturalmente da ogni smartphone e tablet. Il cliente potrà interagire con la farmacia anche a distanza; attirato dalla curiosità/necessità di consultare i propri dati accederà alla propria area personale, ma di riflesso accederà anche al portale della farmacia, dal quale potrà ricevere informazioni utili in tempo reale, pubblicità specifica, consulto gratuiti. Il portale, al momento in fase di progetto, prevede anche una zona chat nella quale il cliente potrà interagire direttamente con il farmacista di fiducia. Condizione per entrare in chat... avere almeno fatto un esame nella mia farmacia!

Hanno collaborato attivamente a tutto ciò: Ing. Franchini Roberto creatore del programma Avv. Aschieri Giorgio con le sue preziose consulenze inerenti a privacy e gestione dati personali Sig. Omar Ziccola rappresentante di zona Enervit e signorina Erica Salerno, rappresentante di zona Rottapharm con il loro vivo interessamento e i prodotti delle loro ditte atti ad abbassare questi parametri. Dott. Bondardo Claudio Il mio geniale amico col colesterolo un po' alto che ha fornito brillanti idee e spunti di riflessione.