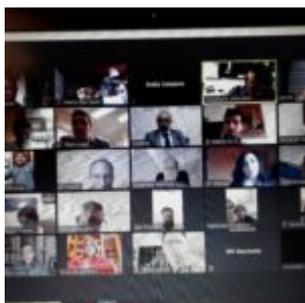


# “Azienda Farmacia”, come allestire gli spazi per essere competitivi. Nuovo incontro formativo



L'azienda farmacia per sopravvivere deve guardare con attenzione sempre maggiore a mercati complementari, che vanno nell'area dell'extrafarmaco, guardati, tra l'altro, con interesse anche da altri competitor, come la Grande Distribuzione Organizzata, la parafarmacia, negozi specializzati. Per questo, “allestire una farmacia diversa” diventa fondamentale per diventare competitivi nel mercato di riferimento. Che connessione c'è tra la vetrina e l'interno del negozio? Come la predisposizione del banco aiuta la comunicazione? Ogni quanto tempo deve essere innovata la vetrina e la predisposizione del banco?

Sono questi alcuni degli interrogativi ai quali hanno risposto **Lorenzo Lani** amministratore delegato **Ekofarma**, **Marco Cadau** project manager presso Ekofarma e **Emanuele Mormino** coach, manager e consulente e fondatore di Pharmaway, nel corso del secondo appuntamento con la formazione organizzato on line da Federfarma Catanzaro. Ad aprire i lavori il presidente **Enzo Defilippo**, mentre il partecipato confronto è stato moderato e stimolato dal vice presidente **Luciano Leone**. Tra gli intervenuti anche la dottoressa **Maria Cristina Murone**, referente delle farmacie rurali di Federfarma.

“Le sfide della società italiana tra crisi strutturali, social innovation rimborsato Sistema Sanitario Nazionale hanno intaccato, sempre più, la relativa marginalità – ha esordito Defilippo -.

*I vari modelli di farmacia finora conosciuti e proposti non sono stati in grado di competere nel loro mercato di riferimento né, tantomeno, di soddisfare i tanti e diversi bisogni espressi dai cittadini. Da qui l'esigenza di sviluppare un nuovo modello di farmacia, che deve avere necessariamente nell'approccio multidisciplinare il suo punto di forza, e, nello stesso tempo, occorre dare all'impostazione sociologica un ruolo rilevante*

Una riflessione che non può che partire da un approfondimento dei modelli di farmacia attualmente conosciuti in Italia sono tre: tradizionale, commerciale e dei servizi. **La farmacia tradizionale** è il modello di farmacia maggiormente presente in Italia: è incentrata in modo particolare sulla figura del suo titolare, che sembra operare sempre più in sintesi tra il mondo professionale e quello manageriale. Il farmacista è il punto di riferimento della comunità, dà consigli non solo sull'utilizzo e la somministrazione dei farmaci, ma è anche la persona a cui ci si affida per curare anche piccole patologie in alternativa al medico, è il confidente per problemi inerenti alla salute e non solo.

**La farmacia commerciale** è un modello di farmacia che ha impostato la sua attività soprattutto sui prodotti, e che, attraverso la convenienza dei prezzi praticati su una parte più o meno ampia della propria offerta merceologica nell'extrafarmaco, cerca la fidelizzazione del cliente, il quale a sua volta, recandosi in farmacia spinto dall'aspetto di convenienza, il più delle volte vi spedisce anche le proprie ricette mediche. **La farmacia dei servizi** è impostata principalmente sulla qualità e sulla quantità dei servizi offerti e cerca la fidelizzazione di coloro che la frequentano

attraverso l'ampia gamma della sua proposta. I servizi offerti possono essere suddivisi tra servizi cognitivi e servizi alla persona. Tra i servizi cognitivi, quelli più importanti sono sicuramente il consiglio e la consulenza.

Il farmacista, quindi, è emerso nel corso dell'incontro formativo è "innanzitutto un educatore sanitario, dispensatore di consigli connessi alla cura dei pazienti".

La **vetrina** di una farmacia, ha spiegato in particolare Mormino, come quella di qualunque **negozio**, rappresenta il **biglietto da visita** e serve da stimolo per invogliare i clienti ad entrare e ad acquistare i prodotti che si trovano all'interno.

Nell'ottica di una ripartenza post **Covid** con più entusiasmo e forza, il prossimo appuntamento con la formazione di Federfarma è lunedì 15 giugno alle ore 14 con Marco Alessandrini, amministratore delegato di **Credifarma**.