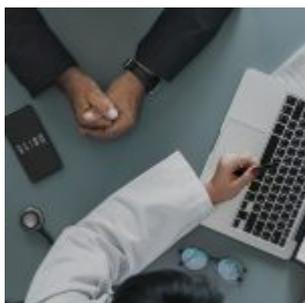


# Nuovi scenari: il modello di farmacia, criticità e potenzialità, attacco e difesa per vincere



L'**emergenza sanitaria** conseguente al diffondersi del Coronavirus non ha fatto altro che accelerare alcuni cambiamenti che già da tempo erano necessari e che rappresenteranno le argomentazioni del prossimo futuro, anche nell'attività e nella gestione delle farmacie, un presidio che si è dimostrato fondamentale per il territorio. Per questo è indispensabile comprendere le potenzialità che il mercato offre a chi organizza in modo differente la propria "Azienda Farmacia". Tematiche interessanti approfondite nel corso dell'incontro organizzato da Federfarma Catanzaro sulla piattaforma Zoom, a cui hanno aderito decine di titolari della provincia, dedicato proprio al tema "Nuovi scenari: il modello di farmacia, criticità e potenzialità, attacco e difesa per vincere. Ascolto della platea".

Tanti gli aspetti affrontati nella listening Room con **Emanuele Mormino**, coach, manager, consulente e fondatore di Pharmaway che nel suo approfondito intervento ha tranquillizzato i farmacisti rispondendo a dubbi ed interrogativi. Suggerimenti, in particolare, indirizzati a come recuperare il fatturato, e suggerendo come rendere l'azienda molto più performante una volta uscita dall'emergenza.

Ad introdurre l'incontro – moderato da **Luciano Leone**, vice presidente di Federfarma Catanzaro – è stato il presidente di Federfarma Catanzaro, **Enzo Defilippo** che si è soffermato sui dati relativi al mercato nel mese di aprile 2020, caratterizzato da una battuta d'arresto rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente ed alle crescite evidenziate nei mesi precedenti.

*“L'autocura (OTC) è il comparto che subisce maggiormente il contraccolpo dei due fenomeni citati sopra (-15,3% a valore). Il mercato Etico risente di un calo rilevante ma più limitato (-9,9%), risultando però determinante nella diminuzione dei consumi e del relativo valore del mercato complessivo in quanto rappresenta più della metà delle vendite in Farmacia. Il Parafarmaco risulta invece in crescita per unità vendute ma in forte diminuzione a valori, confermando il probabile spostamento dei consumi da categorie ad alto prezzo verso categorie a prezzo più contenuto”.*

Contrastare le difficoltà delle farmacie calabresi, quindi? Partendo dalle criticità del modello farmacia – tra cui vengono annoverate le competenze manageriali, le capacità comunicativa verso il consumatore, il **Retail concept** le strategie di marketing e l'arrivo di player molto forti – Mormino ha puntato sui punti forza della **“Azienda Farmacia”** che devono diventare pontezialità da sfruttare, vale a dire: il mercato in fortissima ascesa, il fatto che la farmacia è un punto di riferimento per la Salute, la figura del farmacista e la storicità dell'Azienda, oltre che il livello di professionalità tecnica e le aziende con alta marginalità. Tra i suggerimenti stimolati dalle tante domande, quelli di una strategia che diventa una occasione per pensare alla farmacia come un'azienda da rilanciare, agendo. “Limitare, spostare, rimodulare i costi di gestione della Farmacia – conclude Mormino – investendo dove si possono cogliere opportunità. Tra i primi interventi in assoluto la riqualificazione della gamma di proposta con una forte verticalizzazione sulle scelte

commerciali e riduzione del magazzino". E, soprattutto, per un efficace restart è il momento di guardare alla farmacia con gli occhi dei clienti.