

## AZIENDE & FARMACIA **UN CONFRONTO COSTRUTTIVO**

**S**I SONO SVOLTE IL 19 E 20 FEBBRAIO  
NELLA SEDE DI UTIFAR A MILANO  
LE PRIME DI UNA SERIE DI TAVOLE ROTONDE  
SUI SINGOLI SETTORI DELLA FARMACIA.  
UN UTILE CONFRONTO  
TRA AZIENDE E FARMACISTI

### L'ARREDAMENTO IN FARMACIA

Lo spirito della manifestazione Farmadays, giunta alla seconda edizione ed in programma a Verona dal 4 al 6 ottobre, è incentrato sulla necessità di rinnovamento della farmacia, che passa anzitutto dallo sviluppo dei singoli settori che compongono l'offerta della farmacia.

In quest'ottica, le tavole rotonde organizzate in Utifar rappresentano un momento di incontro e confronto tra farmacisti e aziende del settore per studiare insieme iniziative e proposte utili per la crescita. Del resto, le aziende sono i partner più vicini alla farmacia e possono supportare, con le proprie competenze, il cammino verso un rinnovamento professionale di qualità.

Entrando nel merito del primo incontro, dal confronto con gli arredatori è emersa la necessità di superare una serie di luoghi comuni circa il ruolo dell'arredamento della farmacia nelle vendite: "Non è l'arredamento - hanno ribadito diversi rappresentanti delle aziende - che fa vendere i prodotti. Esso rappresenta invece uno strumento per facilitare l'interazione tra il pubblico e il farmacista". Proprio per questo motivo, è importante che il farmacista, nel momento della ristrutturazione completa o parziale del proprio punto vendita, sia consapevole della direzione che vuole prendere. Nello specifico, il farmacista deve avere già le idee chiare sui prodotti che vuole proporre, ma anche rispetto alla comunicazione che intende mettere in atto. Il tutto in relazione al proprio bacino di utenza e ai risultati che ci si auspica di ottenere.





## tavole rotonde in Utifar

Le aziende presenti si sono dichiarate più che disponibili nell'aiutare i farmacisti nelle analisi, anche fornendo un supporto specializzato in tale senso. Del resto, sono molte le realtà che, da tempo, operano in questo senso. E' emersa tuttavia la necessità di un farmacista maggiormente consapevole e, di conseguenza, la necessità di insistere sulla formazione professionale. Come ha ricordato il presidente di Utifar Eugenio Leopardi, "Non basta avere un buon assortimento di prodotti omeopatici o un corner dedicato per essere davvero specializzati in omeopatia. Occorre avere una formazione specifica e di alto livello, in modo tale da interagire con i clienti in maniera completa ed efficiente". L'arredamento aiuta, insomma, ma senza le competenze si va poco lontano.

Del resto, la gestione e lo sviluppo degli spazi in farmacia, uniti ad una proposta di prodotti consapevole e ad una valida specializzazione professionale, possono rappresentare un valore aggiunto anche in termini commerciali. Come ha ricordato Bassano Gualteri, direttore Trade Marketing di Pierre Fabre Italia, nelle farmacie francesi i visitatori si fermano in media il doppio del tempo rispetto a quanto accade in Italia. Questa maggiore permanenza nel punto vendita si traduce in un più alto impatto degli acquisti di tutti quei prodotti che non sono farmaco.

Quanto incide l'arredamento in questa differenza con le farmacie francesi? Quello che è emerso dalla discussione è che l'arredamento deve essere considerato non come un qualcosa di assistente, bensì come uno tra gli elementi che compongono l'offerta della farmacia, al pari della comunicazione e dell'assortimento. Non senza una preparazione professionale ed un'attenzione al comportamento d'acquisto della clientela. Proprio la conoscenza dei comportamenti d'acquisto, ha ricordato Gualteri, è il collante che ancora oggi spesso manca tra il progetto realizzato dagli arredatori e la proposta dei prodotti da parte della farmacia.

### AUTOANALISI: PROSPETTIVE E DIFFICOLTÀ

Necessità di comunicare i servizi erogati alla clientela, una formazione più efficace e mirata e un migliore rapporto con i medici. Questi i punti principali emersi nel corso della tavola rotonda organizzata da Utifar lo scorso 20 febbraio. Presenti farmacisti e aziende che operano nel campo dei servizi e, in particolare, dell'autoanalisi. Affinché l'autoanalisi sia valorizzata occorre che il farmacista sia davvero competente, in modo da interagire con il cliente e fornire un supporto di conoscenze e consigli. Ma risulta fondamentale anche l'interazione con i medici. Sono loro, infatti, i primi beneficiari dei dati che la farmacia fornisce al paziente attraverso le autoanalisi. Questi dati vanno letti e interpretati; e il medico, se ne comprende l'utilità, può servirsene e trarne un supporto professionale importante.

Il settore delle autoanalisi rappresenta una grande opportunità per le farmacie, ma è ancora avvolto da molte incognite e difficoltà. A crearle sono spesso le differenti interpretazioni delle singole Asl sul territorio che, in sede ispettiva, avanzano richieste e osservazioni non uniformi e molto penalizzanti per la farmacia. Conoscere le leggi e i regolamenti diventa quindi fondamentale per il farmacista. Una formazione a tutto campo, quindi. Da un lato per gli aspetti scientifici; dall'altro lato dal punto di vista normativo. L'incontro in Utifar ha aperto una serie di questioni che vedranno l'Associazione e le aziende collaborare nei prossimi mesi per mettere in campo progetti e iniziative concrete a supporto del farmacista e nell'ottica di favorire e facilitare la fornitura dei servizi in farmacia.