

EVENTI



A PharmEvolution ricette per il futuro

Tre giorni di incontri e dibattiti a Taormina con un filo conduttore: la farmacia vince in rete e le partnership, a tutti i livelli, sono importanti più che mai. Seguitissimo l'intervento di Ornella Barra

di Laura Benfenati

Una manifestazione in crescita, PharmEvolution, con 13.200 ingressi in tre giorni, molti da fuori Regione. In effetti sabato e domenica mattina il flusso di farmacisti alla fiera siciliana, che anche quest'anno si è tenuta a Taormina, era impressionante. Tutte piene le sale convegni, cosa che come ben sappiamo non sempre avviene nelle manifestazioni di settore. Merito sicuramente del programma e dei relatori, sempre di ottimo livello, e di qualche colpo da maestro dell'ideatore della manifestazione, il presidente di Federfarma Sicilia Gioacchino Nicolosi, che quest'anno è riuscito ad avere come ospite Ornella Barra, Co Chief Operating Officer di Walgreens Boots Alliance, la prima realtà healthcare del mondo. Sala strapiena di farmacisti per il suo

intervento al convegno del sabato pomeriggio, durante il quale Barra ha rassicurato i colleghi (è farmacista ed è stata titolare rurale prima di diventare 26esima tra le donne più influenti del mondo fuori dagli Stati Uniti) su possibili monopoli delle catene post legge sui capitali: «Si sente dire che in Italia cinque gruppi potrebbero coprire tutto il mercato, finora hanno comprato 200 farmacie, ci impiegheremo 100 anni a rilevarle tutte. Anche in UK, su 12.000 farmacie, 6.000 sono indipendenti e molte di queste hanno creato le loro catene. La stessa cosa accade negli Stati Uniti, dove su 65.000 farmacie totali 30.000 sono in catena». Poi Ornella Barra ha tenuto una bella lezione magistrale raccontando quello che accade nei sistemi farmacia del resto d'Europa, spiegando che l'acquisizione di

Boots nel 2006 l'ha fatta, in un certo senso, "tornare a casa" perché lei è rimasta prima di tutto farmacista. In UK però le farmacie stanno vivendo cambiamenti importanti, si riduce il finanziamento pubblico, si sta introducendo un nuovo modello di remunerazione fondato solo su servizi (per esempio, test per il mal di gola, infezioni delle vie urinarie, teleconsulto, eccetera). In questo momento così importante in cui robotica, genetica, biotecnologie, intelligenza artificiale stanno rivoluzionando l'approccio alle cure, però, secondo Ornella Barra, la farmacia ha molte opportunità: «Se saprà giocare il suo ruolo è, e sarà, al centro della salute, nonostante la rivoluzione tecnologica. I pazienti usano le app ma poi si recano in farmacia per il rapporto umano che hanno con il farmacista. La digitalizzazione questo non lo cambierà: anche in America, dove le cose accadono sempre prima che da noi, i pazienti vanno in farmacia per dialogare con i farmacisti». E poi lì si hanno tutti i dati sanitari, enorme patrimonio di conoscenza dei pazienti, che ha oggi un grande valore. Per essere protagonista di questo sistema però la farmacia deve cambiare. «Non si può fare tutto da soli, bisogna avere l'umiltà di riconoscere le competenze degli altri e per questo abbiamo fatto accordi con Microsoft, Verily e anche con Alibaba per il mercato

asiatico». A fare da traino nell'evoluzione dell'Health Care sono i giganti della West Coast americana: con Microsoft, ha spiegato Barra, si raccolgono dati sanitari con il consenso e nell'interesse dei pazienti, con Verily si migliora il servizio al paziente cronico.

E ai colleghi italiani che consigli dà Ornella Barra? «Mettetevi sempre in discussione, non abbiate timori, siete tra le farmacie meglio attrezzate e capillari del territorio, avete condizioni favorevoli rispetto ad altri Paesi».

MEGLIO MARGINI CHE ONORARI

Molto interessante il passaggio sulla riforma della remunerazione, in cui Ornella Barra ha raccontato che in Francia, con l'introduzione del sistema di remunerazione mista, le farmacie hanno perso 24 milioni di euro per gli onorari: «Privilegiare gli onorari rispetto al margine sul prezzo non sempre presenta i vantaggi attesi, fate molta attenzione della definizione della quota fissa».

Pronta la risposta del presidente di Federfarma Marco Cossolo: «Levoluzione del sistema è imprevedibile, dobbiamo prendere una direzione ma non innamorarci di alcuna idea. Il passaggio dalla farmacia della dispensazione a quella della relazione comporta cambiamenti, stiamo lavorando

sulla farmacia phygital, dobbiamo sfruttare di più e meglio i dati, consapevoli che non sono i grandi che mangiano i piccoli ma i più veloci che mangiano i lenti. Non credo che ci metterete 100 anni ad acquisire un numero considerevole di farmacie ma io non sono contro il capitale, che a mio parere rende la farmacia più forte. Il mio obiettivo però è che le farmacie indipendenti siano in grado di competere alla pari con le catene. Per quel che riguarda la remunerazione, in tutti i Paesi d'Europa è mista, facciamo tesoro degli errori altrui per trovare il sistema migliore. Sicuramente la quota fissa deve essere indicizzata, legata al Fondo sanitario nazionale, e dobbiamo fare attenzione affinché non si passi a maxiconfezioni con 102 pastiglie, come è accaduto in altri Paesi. Noi non sventiamo la nostra professionalità, ben vengano i momenti di confronto e i contributi costruttivi come quelli di Ornella Barra, che con Alpha ha sempre difeso le farmacie indipendenti».

UN ECOSISTEMA DI VALORE

Il tema delle reti e delle farmacie indipendenti è stato un po' il filo conduttore di questa edizione della manifestazione siciliana, se ne è parlato in diversi convegni. «Per rimanere indipendenti è importante migliorare la capacità competitiva», ha spiegato Gianpiero Brunello, commercialista e già ad della Sose, Società per gli studi di settore. «Le farmacie stanno vivendo un momento di ansia ma ci si deve concentrare su due fattori: analisi della redditività e della gestione. Un esempio? Oggi in farmacia ci deve essere un collaboratore ogni 250.000/300.000 euro di fatturato, se ce ne sono troppi bisogna intervenire. E poi ci si deve concentrare sul margine

Nella pagina accanto il presidente Gioacchino Nicolosi, con Marco Cossolo e Silvia Pagliacci taglia il nastro dell'inaugurazione. Qui a fianco Ornella Barra durante il suo intervento.





indipendentemente dal fatturato: vanno analizzati con attenzione margini e ricavi dei vari reparti. Fate pratica con gli indicatori: il commercialista non deve darvi risposte ma strumenti perché possiate prendere le vostre decisioni». La farmacia deve diventare un servizio sul territorio e del territorio, deve lavorare sia all'interno che all'esterno dell'esercizio fisico.

«Bisogna però essere propensi a cambiare e la rete è un'opportunità per migliorare la redditività: creiamo un ecosistema che dia valore per creare valore». Di valore ha parlato anche un altro noto commercialista di settore, Franco Falorni, collaboratore della nostra rivista: «Un numero molto importante è il 7 per cento di rendita del capitale investito. Per raggiungerlo non ci si deve però fermare alle analisi puntuali dei singoli problemi ma analizzare un mix di fattori. Perché ridurre il magazzino, per esempio, se non si hanno problemi finanziari e il fatturato cresce? Per ottenere risparmi? In genere non sono così importanti come si crede».

Come migliorare dunque la resa della propria farmacia? Falorni suggerisce quattro mosse:

- verificare lo stato di salute patrimoniale, finanziario ed economico dell'azienda;
- analizzare il punto vendita fisico: funzionalità, spazi, assortimento, architettura;
- analizzare il mercato: bacino d'utenza, competitors, popolazione diurna (reddito, età, nucleo familiare);
- analisi della clientela: dove acquista, ogni quanto torna, soddisfazione, fidelizzazione. Ci ha pensato Nicola Posa, di Shackleton

Consulting a sottolineare altri aspetti fondamentali che il farmacista titolare non può assolutamente trascurare: «In farmacia entra meno gente, rispettate la vostra quota commerciale: non state lavorando bene in quest'ambito, state lasciando spazio ad altri canali. Cominciate a rianalizzare il vostro assortimento: numero pezzi e valore del prezzo medio. Uno scontrino medio a pezzo di 2,52 euro ci dice che c'è ancora tanto lavoro da fare». E poi Posa ha sottolineato l'importanza di difendere le proprie ricette, con controllo dell'aderenza e costante professionalità al banco. Attenzione anche ai *format*

che spingono troppo verso il banco e soltanto verso quello. Inoltre, non si può oggi trascurare il digitale ma il percorso di digitalizzazione della farmacia deve essere fatto bene: «Focalizzatevi sulla qualità delle cose che si fanno e sui risultati. La formazione per tutto questo è indispensabile, mai come ora vedo la necessità di parlare a imprenditori di imprenditorialità».

Le conclusioni della tre giorni siciliana le trae Gioacchino Nicolosi, che l'ha creata: «PharmEvolution ha sempre cercato di fare da *trait d'union* tra le varie facce della farmacia: l'industria, la distribuzione, Federfarma e le farmacie stesse. In passato abbiamo temuto che entro pochi anni 5-6.000 farmacie sarebbero appartenute alle catene, oggi sono solo poche centinaia. E questo significa che la farmacia ha saputo rispondere bene: dobbiamo però continuare a lavorare tutti insieme per il bene della farmacia e dei cittadini». ■ (Continua a p. 43)

LA SCOMMESSA DI SFI

«Un progetto che mette al centro la farmacia», lo ha definito il segretario di Federfarma Roberto Tobia. «La rete c'è già, non è più progetto ma realtà» ha aggiunto Antonello Mirone, presidente di Federfarma Servizi.

«Una scommessa che guarda al futuro», ha detto il presidente Marco Cossolo: Sistema Farmacia Italia è il mezzo per traghettare la farmacia verso una nuova idea di ricavi della farmacia privata, sfida molto più complessa, secondo il presidente, rispetto a quella della nuova remunerazione. «Il 10 per cento dell'Ebdta delle farmacie in gran Bretagna è dato dai servizi, da attività che non prevedono la commercializzazione di un bene», ha spiegato Cossolo. «Noi dobbiamo portare ricavi alla farmacia che derivino da attività cognitive, non solo da compravendita, vogliamo affiancare ai ricavi della farmacia dei servizi, finanziati dall'Ssn, ricavi con attività private: il farmacista mette a servizio delle aziende la sua professionalità. Abbiamo una prospettiva decennale, vi prego di dare fiducia a questo progetto». Cossolo si è dichiarato un po' deluso dal fatto che su 1.500 farmacie aderenti a Sfi solo 600 abbiano aderito al primo progetto, quello sulla fibrillazione atriale. «I farmacisti devono capire che queste attività sono prioritarie», ha spiegato Alfredo Procaccini, presidente di Sfi. «Siamo una *start up*, dobbiamo creare un nuovo modello, un nuovo rapporto tra farmacista e paziente. Abbiamo un manuale operativo per la *pharmaceutical care*, forniamo una formazione certificata, il primo novembre partiamo con il primo progetto, sulla fibrillazione atriale. Quattro gli step: formazione dei farmacisti, reclutamento di 10 pazienti in terapia con Nao, *follow up* a 3 mesi e a 6 mesi».

"PILLOLE D'INFORMAZIONE" VERSO IL SIMPOSIO

"E se da domani ti trovassi a poter vendere solo la metformina?"

Questo il titolo del *workshop* organizzato dal gruppo Facebook Pillole d'Informazione per titolari di farmacia al PharmEvolution di Taormina.

Un momento di confronto su una patologia molto diffusa oggi: il diabete mellito.

Dopo l'introduzione di Ivan Tortorici, amministratore del gruppo, conclusosi con l'invito a partecipare al prossimo Simposio che si terrà ad Anagni dall'8 al 10 novembre prossimi, si è dato inizio ai lavori con la relazione di Raffaele La Regina.

Dopo aver fatto il punto della situazione sullo scenario in cui si trova la farmacia italiana al momento, sono stati analizzati nel dettaglio i bisogni del paziente diabetico e come la farmacia territoriale può rispondere in modo concreto ad essi, attraverso attività e servizi che riescano a far convivere le due anime della farmacia, quella professionale e quella imprenditoriale.

Successivamente sono stati presentati i risultati parziali dello studio clinico condotto dallo stesso La Regina: "Il Farmacista Territoriale ed il *case management* del paziente diabetico", studio osservazionale *no profit* sul ruolo del farmacista territoriale e della farmacia dei servizi nel *case management* del paziente diabetico.

LA FARMACIA IN UNO SCATTO

Durante **Pharmevolution 2019** sono stati premiati i vincitori del concorso fotografico **La Farmacia in uno scatto Terza Edizione**. Eccoli:

1° Premio DM Barone

La foto vincitrice del concorso è: "La Dolce Federica" di Sebastiano Bellomo di Campofelice di Roccella (Palermo)

La foto ritrae Federica, una bambina affetta da SMARD1, Atrofia muscolare spinale con distress respiratorio, una delle malattie più rare in Italia. Perché farmacia è cura anche quando non c'è cura.

2° Premio

"Al Redentor" di Maria Vida Carraro, fotografa di Vicenza.

La farmacia è arte, bellezza. La foto esprime una visione onirica e trascendentale della farmacia, che abbraccia scienza, carità e arte.

3° Premio

"Panta Rei" di Lisa Di Giuseppe, giornalista parlamentare di Roma.

In un mondo in continua evoluzione la farmacia rimane sempre un punto di riferimento.

Sono stati assegnati anche tre premi speciali:

- **Premio Speciale** dedicato a Giuseppina Di Mauro Buda: **La Farmacia per il Sociale**

"Stupendo" di Andrea Mascitti, fotografo di Arezzo.

Perché la Farmacia è una piazza, un luogo sicuro, soprattutto per i più deboli.

- **Premio Speciale** Euphida-Zeta Farmaceutici: **La Farmacia per la Bellezza**

"Sei Croci" di Maria Cristina Tonoli, insegnante di teologia di Piacenza.

Poiché le farmacie più di ogni altra attività commerciale, sono parte integrante della bellezza del paesaggio urbano italiano.

- **Premio Speciale** Intesa Farmacia: **La Farmacia per la Ricerca**

"Prospettiva" di Stephanie Federico, una studentessa di Trieste.

Perché ricercare è guardare da un'altra angolazione.

