

inFarmclub

Magazine di informazione del Gruppo InFarma

Tariffa R.O.C.: "Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Caserta

Focus farmacie

Convention InFarma, Il nostro saluto all'Ing. Bentivoglio, Progetto Farmaclick, Liberalizzazione dei farmaci da banco: rischi ed opportunità, Interviste a farmacisti, OmniTar per la tariffazione automatica delle ricette.

Cosa dicono di noi...

Commenti alla Convention InFarma al Grand Hotel di Rimini



“Per cominciare faccio i miei complimenti per la splendida organizzazione e per la scelta del luogo che ho gradito particolarmente; poi come sempre è stato molto interessante partecipare alla vostra convention perché, intanto ogni tanto fa piacere incontrarsi di persona, e poi avere la possibilità di scambiare delle idee con i colleghi del settore è sempre molto utile.

Particolarmente interessante è stato l'argomento sulla comunicazione fra tutti gli operatori del settore (progetto InFarmaClick): non c'è dubbio che in un futuro non troppo lontano assisteremo ad una forte spinta verso nuove tecnologie che ci vedranno impegnati insieme alle farmacie e alle industrie, basti pensare alla mole di dati che dovremo gestire, forse in tempo reale, per soddisfare le nuove leggi come quelle sulla tracciabilità del farmaco o come quella che riguarda l'art. 50 per la tariffazione delle ricette in farmacia. Di sicuro interesse sono state le anticipazioni sulla nuova release grafica. Con la speranza di incontrarci ad una prossima convention”.

Dott. Andrea Riccobono, Finfarma



“Location veramente splendida. Nelle due giornate di convention ho assistito alla presentazione di progetti senza dubbio interessanti per il miglioramento del servizio nei confronti della clientela So.Farma.Morra: l'intenzione dell'azienda è quella di acquisirne alcuni, non dico quali per scelte politiche aziendali”.

Dott. Ettore Morra, So.Farma.Morra



“Le soluzioni che InFarma propone ai propri clienti, anche se a me piace pensare più a come implementare il rapporto verso una concreta e fattiva partnership, nascono dalla conoscenza del mercato in cui operano le tre aziende del gruppo e dall'esperienza ventennale maturata.

L'analisi dei bisogni, la ricerca dell'innovazione, la creazione di nuovi prodotti e gli investimenti sono le chiavi che garantiscono alle aziende di distribuzione efficienza ed efficacia verso il proprio mercato.

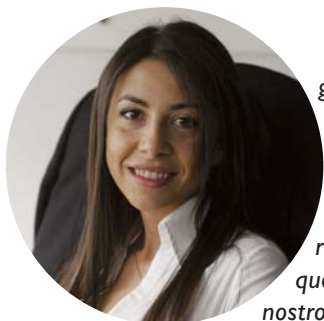
Sono esempio di ciò i nuovi moduli DiFarm, in particolare ha colpito molto, non solo me ma anche molti colleghi con i quali ho scambiato impressioni, il modulo "Spedizioni prodotti vari" che andando molto sul pratico, risolve complicazioni quotidiane di attività fondamentalmente banali.

L'attenzione sulla nuova organizzazione inerente il "Customer Care", è stata molto sentita dall'auditorio, segno evidente che la problematica "accessibilità all'azienda" e in particolare all'assistenza è percepita come fattore negativo; ritengo che la sensibilità e le soluzioni proposte alla tematica siano state ben accette.

In ultimo reputo la demo sulla parte "Comunicazioni" e le dichiarazioni di Mario Mariani, sulla volontà del gruppo di investire, particolarmente importanti, segno evidente che

da un lato InFarma e dall'altro i distributori debbano sempre più essere "marketing oriented" e sposare soluzioni e sistemi, sempre più integrati, che non si fermino alla pura attività di distribuzione, ma vadano a creare presupposti di comunicazione aperti e interattivi tra distributore e cliente/socio. Lo sviluppo di questa relazione aperta, nel caso delle cooperative di distribuzione farmaceutica, è assolutamente strategico; avere un partner-fornitore in grado di mediare e trovare soluzioni per l'interattività con i gestionali delle farmacie, attraverso accordi con le software house, è un plus di grande valore da perseguire costantemente e possibilmente implementare, ottimizzando le sinergie con gli attori della filiera distributiva. Concludo complimentandomi per l'organizzazione e lo svolgimento del workshop, in un ambiente elegante e raffinato auspicando futuri incontri altrettanto produttivi”.

Dott. Armando Ghigi, Farmacentro



Cosa ci auguriamo per questo 2007? Quali saranno gli avvenimenti che lo caratterizzeranno? E quali quelli ereditati? Nel nostro contesto, quello

farmaceutico, non si hanno dubbi sul fatto che gli scossoni del 2006 con tutto ciò che riguarda la legge Bersani si ripercuoteranno anche in questo giovanissimo anno. Ma non è tempo di timori, è tempo di concretezza e di innovazione, elementi fondamentali per far fronte con serenità alla nuova realtà, per osservarne gli sviluppi e, perché no, cercare di anticiparli.

Con il nuovo numero di InFarmaClub, indaghiamo sugli umori dei farmacisti e proponiamo soluzioni "InFarma Oriented", soluzioni strategiche volte ad innalzare il livello di servizio per una maggiore competitività. C'è chi dal vecchio anno eredita i frutti degli investimenti fatti; parlo di coloro che hanno percepito ed acquisito il plus valore Farmaclick e che, già dopo pochi mesi, fanno i conti sulle centinaia di euro risparmiate e sulla soddisfazione della propria clientela. C'è chi, per l'anno che verrà, si ripropone di acquisire tutto quanto potrà facilitare la competitività sul nuovo mercato. E di elementi ne esistono già molti, basta chiedere.

Per il nuovo anno InFarma si ripropone di dedicare molte delle sue energie al "mondo farmacia" per cui ha in serbo una serie di soluzioni per la gestione ottimizzata che va oltre il concetto di "punto vendita" per abbracciare quello di Azienda. Una serie di soluzioni che danno vita al progetto "sistema farmacia", un progetto estremamente innovativo, fatto di un mix di marketing e sofisticata tecnologia.

Soluzioni per il business, questo è quello che offriamo e quello che vogliamo continuare ad offrire continuando a crescere con i nostri partner. Ed è questo il titolo della con-

Soluzioni per il business

vention svolta a Rimini lo scorso novembre, una convention particolarmente importante che risponde all'occasione dello scorso anno a Mira, quando presidenti di Associazione e delle più grandi Aziende della distribuzione intermedia si riunirono per dibattere sui nuovi scenari del mercato farmaceutico. Dedichiamo a questa importante iniziativa le prime pagine di questo numero, per ripercorrere insieme quanto è stato fatto.

Buona lettura e buon anno a tutti.

Dr.ssa Susanna Mariani

RESPONSABILE MARKETING E COMUNICAZIONE INFARMA

Prenota la tua presentazione aziendale!
Scrivi a marketing@infarma.it

Temi da trattare? Idee da suggerire?
Scrivi a marketing@infarma.it

Vuoi richiedere una copia di InFarmaClub? Puoi riceverla anche sulla tua mail!
Scrivi a marketing@infarma.it

sommario



Focus farmacie

IN COPERTINA:

Grand Hotel di Rimini, Sala congressi (particolare).
Foto di Francesca Valeri

- 4** Convention InFarma a Rimini: un successo organizzativo e conviviale
- 7** Ciao Benti
- 9** Progetto Farmaclick: Le software house si accordano
- 10** Liberalizzazione dei farmaci da banco. Rischi ed opportunità: una sfida da cogliere
- 12** 3 domande per 5 farmacisti
- 14** Intervista con Andrea D'Ambrosio, Amministratore della Gtg di Roma

inFarmaclub

Magazine di informazione del Gruppo InFarma

Inverno 2007

Supplemento al numero in corso di Farmacia.it più informati più sani

Redazione, progetto grafico e impaginazione:

Farmacia.it

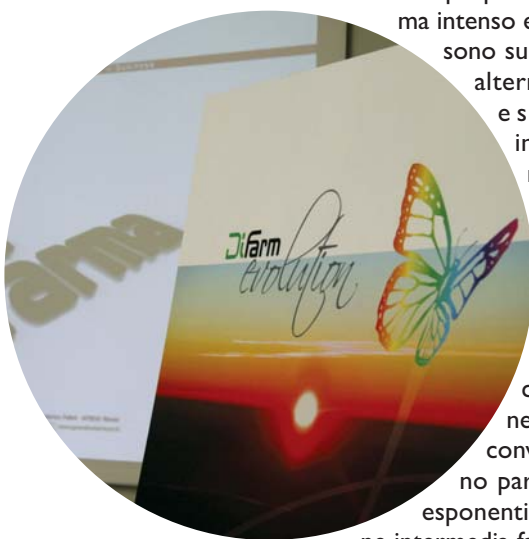
Via Monte Faito, 136 - 80144 Napoli
Tel. 081.7376131 - Fax 081.7368184
info@farmacia.it

Convention InFarma a Rimini: un

Evoluzione è la parola che meglio riassume i concetti esposti nelle due giornate della convention InFarma, tenutasi nell'affascinante cornice del Grand Hotel di Rimini, a cui hanno partecipato numerosi esponenti della distribuzione intermedia farmaceutica.



Il fascino del Grand Hotel di Rimini, luogo intriso di storia capace di stregare il genio di Fellini e di fondere ancora oggi lusso, servizi e tecnologia, ha accolto l'ultima convention InFarma contribuendo a renderla un successo dal punto di vista organizzativo e conviviale. Al resto ha pensato InFarma proponendo un programma intenso e puntuale in cui si sono susseguite novità ed



alternati argomenti estremamente importanti in termini di evoluzione tecnologica ed organizzativa. Evoluzione è forse la parola chiave, quella che meglio riassume i concetti esposti nelle due giornate di convention a cui hanno partecipato circa 70 esponenti della distribuzione intermedia farmaceutica.

A dare il via ai lavori, il **DiFarm evolution**, tema centrale del meeting sia per l'importanza del prodotto sia per le implicazioni a livello di ammodernamento nella modalità di lavoro che questo comporta. La nuova versione grafica di DiFarm infatti non è una semplice release ma una vera svolta che apporta vantaggi nell'utilizzo del programma che dispone di numerose

nuove funzionalità. La nota stabilità e potenza di un programma sviluppato su AS400 si fonde con la semplicità e la flessibilità di un PC integrandosi con programmi come Word, Excel, e tutti quelli a disposizione sul desktop. La grafica consente la gestione di una maggiore quantità di dati, l'ottimizzazione degli spazi all'interno della videata e la possibilità di mettere in evidenza alcuni dati all'interno della stessa consentendo forti personalizzazioni ed un'indubbia facilitazione da un punto di vista di leggibilità.





successo organizzativo e conviviale

La modalità scelta da InFarma per il nuovo DiFarm, che è grafica in modalità Windows, si differenzia dalla modalità Web scelta da software house concorrenti per differenti motivi, uno su tutti la maggiore velocità e snellezza nell'utilizzo del programma. La modalità Web infatti, carica e restituisce di volta in volta la videata nella sua interezza, sottostando quindi non solo alla capacità di trasmissione delle linee, ma anche al layout obbligato. Il prodotto InFarma al contrario, è crittografato, compresso e ottimizzato nella comunicazione dei dati, permettendo una spinta personalizzazione del layout e offrendo una velocità incomparabile, data dal fatto che la videata viene "memorizzata" nella sua struttura, caricando di volta in volta solo il contenuto.

La presentazione si è conclusa con in-dubbia soddisfazione data dall'interesse destato in tutti i partecipanti che hanno percepito l'importanza di ciò che è stato proposto.

Dopo un piacevole pranzo di lavoro in una delle splendide sale del Grand Hotel, è stata la Top Consult di Torino ad intrattenere la platea parlando di **archiviazione ottica dei documenti**, illustrando le modalità e le scelte attuabili e scendendo in dettaglio con una demo su ciò che può esser fatto per una corretta gestione della problematica.

Interessante l'esposizione dei **nuovi moduli DiFarm**: "Distribuzione Varie" è il nome del modulo che consente di

creare un automatismo per la spedizione di prodotti vari, gestiti o no a magazzino, a tutti i Clienti o gruppi degli stessi. Per prodotti vari si intendono quei prodotti che non fanno parte della normale attività del Distributore e che quindi necessitano di particolari modalità di gestione.

può gestire la problematica che diviene in tal modo trasparente. Parte integrante del modulo è costituita dalla procedura di interfaccia con il DPC realizzato da Studiofarma ed utilizzato in diverse realtà ASL e/o regioni dove ha la funzione di coordinamento tra queste, il Distributore e le farmacie.



Con il modulo "Distribuzione farmaci PHT per conto ASL", InFarma risponde all'esigenza di una corretta gestione della distribuzione per conto grazie alla creazione di tabelle e di inserimenti e/o modifiche di numerose funzioni attraverso cui l'utente

Il modulo "Pianificazione attività di magazzino" è stato realizzato al fine di utilizzare il software per la gestione delle operatività di magazzino. Scopo di questo software è quello di automatizzare le operatività attualmente lasciate a scelte dell'operatore di volta in volta preposto.

Il modulo "Call center centralizzato" favorisce forti economie di scala nel rispetto dell'efficienza e della qualità del servizio. Grazie a questo nuovo modulo, il Distributore farmaceutico potrà dotarsi di un unico call center a prescindere dal numero di depositi che questo dovrà gestire essendo collegato in remoto a ciascun deposito e munito degli strumenti necessari per offrire risposte con la massima rapidità e completezza.

Infine, con il modulo Celsius System, è possibile tenere sotto controllo l'umidità e la temperatura degli ambienti, fatto molto importante che risponde al decreto legislativo del 1999 con cui vengono approvate le linee direttrici in materia di buona pratica di distribuzione dei medicinali per uso umano. Il sistema Celsius System, grazie all'utilizzo di sofisticate tecnologie ed

segue a pag. 6 >





alla integrazione con DiFarm, garantisce un monitoraggio costante e sicuro.

La conclusione del primo giorno di lavori è stata svolta da Maurizio Ghezzi, Senior partner consultant Simco, società di consulenza specializzata nell'ambito della logistica che ha contribuito allo sviluppo di **Ge.O**, il prodotto InFarma per la gestione operativa di magazzino. L'intervento è stato una preziosa testimonianza sulle differenze tra la mappa fissa e la mappa mobile, ultima frontiera in termini di sofisticatezza ed ottimizzazione delle operazioni.



La mattina del secondo giorno è stata introdotta la **nuova organizzazione InFarma**: nuove modalità nei contatti con il personale, nuovo approccio con il servizio di teleassistenza. Ma anche veri e propri nuovi strumenti che facilitano le comunicazioni e molte delle operazioni quotidiane. È il caso **dell'area riservata del sito** che nasce per garantire una comunicazione trasparente e continuativa e fornire tutti i dati necessari ad un pratico monitoraggio della situazione in corso e del rapporto che il cliente ha con InFarma. L'area, come suggerisce la parola stessa, è esclusivo appannaggio di ogni singola

Azienda Cliente che, a sua volta, potrà associare ai vari utenti che si vorrà utilizzare il nuovo strumento dei livelli di approfondimento delle informazioni rilevabili per mantenere viva la distinzione dei vari settori aziendali e per consentire il controllo sull'operato degli stessi. L'area riservata dunque, diviene la via più breve per accedere a numerose informazioni inerenti diversi ambiti: controllare le schede di teleassistenza, richiedere offerte, controllare gli appuntamenti, i prodotti installati e molto altro diventeranno operazioni da svolgere on line per una maggior immediatezza e standardizzazione.

Altro servizio innovativo e di particolare importanza è quello del **"Monitoraggio dei sistemi"** attraverso cui InFarma è in grado di rilevare e segnalare errori, anomalie e guasti ai sistemi hardware e software dei Clienti ancor prima che questi se ne accorgano ed attivare delle procedure che provvedano immediatamente alla risoluzione del problema. Un notevole salto di qualità per un servizio di teleassistenza che diventa, in questo modo, proattivo.

Ma l'argomento che senz'altro ha destato maggiore interesse è stata la presentazione-demo di **InFarmaClick**; ultimo nato in casa InFarma, il prodotto consiste in una sofisticata suite all'interno del quale sono racchiusi tutti i protocolli di comunicazione esistenti grazie al quale, per la prima volta, il farmacista può colloquiare con ogni distributore, senza preoccuparsi di scegliere di volta in volta il mezzo con cui farlo. Basta un click ed ogni Farmacia è automaticamente collegata ad ogni Distri-

butore, ovunque e chiunque esso sia. Fanno parte della suite la versione 2006 del **TsGate**, il protocollo standard che si evolve con numerose ed innovative funzionalità, la nuova versione di **InWeb**, potente strumento che consente il commercio elettronico tra Grossista e Farmacia, **TsConnect**, protocollo di comunicazione tra Distributore e Industria, e **Farmaclick**, la punta di diamante tra le novità presentate, una vera rivoluzione per le comunicazioni che permette al Farmacista di avere una finestra aperta direttamente sul magazzino del Grossista ed ottenere quindi tutte le informazioni necessarie per effettuare l'eventuale ordine con una velocità ed una completezza davvero mai viste. La nuova tecnologia Farmaclick è destinata a diventare il nuovo standard di mercato e per questo InFarma ha dato il via ad un consorzio costituito dalle maggiori software house italiane per la gestione del nuovo protocollo. I prodotti gestionali di farmacia più diffusi sono tutti già interfacciati con Farmaclick, un enorme passo in avanti, una necessaria apertura al mercato per favorire la competitività del Distributore intermedio.



Le conclusioni sono state tratte da Mario Mariani, direttore commerciale InFarma, che con tono sicuro ha incitato i propri Clienti a seguire la strada dell'evoluzione già battuta per loro da InFarma che si conferma come partner tecnologico pronto a fornire non solo prodotti ma soluzioni complete e strategiche per il business.

Tutte le presentazioni esposte sono disponibili alla pagina www.infarma.it/areanews.html



Lo scorso 11 dicembre l'ing. Bentivoglio, socio, collega e caro amico, ci ha lasciato creando un vuoto incalcolabile sia nell'azienda che nel cuore di ognuno di noi.

Chiunque abbia conosciuto Gianfranco, lo ricorda come una persona splendida, di

Ciao Benti



una forza e di una gentilezza rare, retta nello spirito e nei valori, nell'impegno e nella dedizione con cui portava avanti i suoi progetti come le sue relazioni umane.

Dopo aver iniziato la sua brillante carriera come capoprogetto dell'ufficio Analisi e Progetti della Barilla, approda alla Guzzini come responsabile della direzione Organizzazione e Sistemi Informativi. Nel 1992 diviene socio della Macrosoft a cui dedica in modo eccezionale le sue energie contribuendo in modo determinante al consolidamento ed al successo dell'azienda, un'azienda che diviene una famiglia, una famiglia di cui egli è "saggio guardiano".

Da diversi anni, oltre al lavoro aziendale, era docente di informatica all'università di Urbino.

La nascita di InFarma è fortemente voluta da Gianfranco ed ogni progetto nato e sviluppato dall'azienda fino ad ora è in qualche modo opera sua. Responsabile dell'ufficio Progetti, attento studioso e professionista instancabile gestisce con grazia ed autorevolezza ogni situazione, senza mai lasciare nulla in sospeso, nulla al caso.

Negli ultimi anni, dedica le sue energie al progetto InFarmaClick, di cui è senza dubbio il padrino e forte sostenitore come lo è per tanti altri importanti progetti che, grazie a lui, diventano prodotti di inconfondibile qualità: GeO, InWeb, NetFarma, molti moduli DiFarm sono solo alcuni esempi.

Grazie Gianfranco, per quello che sei stato, per quello che per noi sarai sempre.

«Ciao Benti, siamo stati tanto tempo insieme eppure avrei ancora tante cose da chiederti.

Questo è stato il leitmotiv del nostro rapporto tanto intenso e sempre fuggevole, non abbiamo mai avuto il tempo di fermarci.

Sei stato un grande amico, ci siamo sostenuti nei momenti più difficili con estrema naturalezza, l'aiuto spontaneo e reciproco non è mai mancato ed è stato l'elemento di successo per entrambe.

Abbiamo costruito qualcosa d'importante, eravamo tanto diversi e proprio per questo ci siamo compensati, la tua qualità, sapienza, cultura, si sono integrate con la mia ricerca dell'eccellenza.

Mi hai aiutato tanto, mi conoscevi tanto bene che ogni volta mi meravigliavo di vedere le mie idee espresse su

un foglio di carta, in una relazione, quasi quasi mi chiarivi le mie stesse idee, anzi devo proprio dire che spesso me le hai chiarite, ciò mi ha consentito di aggiungere sempre qualcosa, di costruire di più.

Hai avuto tanta pazienza, nel fare e ricominciare per seguire le mie progressioni spesso poco programmate.

Ricordo le nostre nottate passate in ufficio, per finire, spesso al volo, lavori difficili, poi mettersi in macchina per andare a discuterli. La tua meraviglia nel vedermi guidare e non addormentarmi, i tuoi sensi di colpa quando cedevi al sonno.

Quanto abbiamo discusso sul modello InFarma, di un'azienda proattiva capace di interpretare le esigenze del mercato, quanto abbiamo lavorato per coinvolgere gli altri, piano piano ci

siamo riusciti, con la nostra gente e con i nostri clienti, sono fiero di quello che abbiamo costruito, di come abbiamo interpretato il mercato.

Ciao Benti, mi mancano le tue telefonate serali, quegli appuntamenti che non si prendono ma che puntualmente si ripetono come un rito. Sapevo di non essere solo, oggi so di poter contare sulla forza di un'azienda unita, sull'amicizia di soci e colleghi, però mi sento più solo e per ora anche tanto triste.

Ora si torna a lavorare e lo faremo anche per te, tu hai dato tanto, da ora ti dedicheremo quello che sapremo fare.

Ti saluto ancora una volta con la frase con cui tante volte poi mi hai preso in giro: "ciao io vado, se mi serve qualcosa ti faccio sapere"».

M.M.

Progetto Farmaclick. Le software

InFarma, percependo fortemente l'esigenza da parte del proprio core business di innalzare il livello di servizio, ha sviluppato un sistema di comunicazione aperto utilizzabile da tutti i componenti della filiera, creando di fatto un nuovo standard di mercato. A tal proposito, seguendo un'ottica di trasversalità al mercato, sono stati presi degli accordi con le altre software house italiane per l'utilizzo e la vendita di Farmaclick.



Giovedì 9 Novembre 2006 si è svolta, presso la sede InFarma di Bologna, una riunione tra le principali software house per verificare la situazione di ognuna, relativamente alla implementazione dell'interfaccia Farmaclick.

Erano presenti alla riunione: Oscar Sommaggio, *Farma Tre Informatica*; Paolo Sacco, *Studiofarma*; Mario Mariani, *InFarma*; Danilo Del Coco, *Pharmaservice*; Marco Caleri, *Farma&Tec*; Bruno Boscia, *Farmaclick*.



Il gruppo CSF non ha partecipato ma la Dott.ssa Berardi ha inviato una mail comunicando che la loro software house ha terminato i lavori da diversi mesi ed è quindi in grado di soddisfare qualsiasi esigenza inerente il prodotto Farmaclick.

Tutte le software house hanno riconfermato la loro disponibilità per quanto concerne il progetto e si sono accordate, inoltre, sulle specifiche economiche.

In particolare, si è deciso che le condizioni economiche saranno le stesse per tutte le software house e per tutti i distributori. Le condizioni prevedono un addebito alla Farmacia per il software da installare, per la sua manutenzione annua e per l'istruzione al personale. Inoltre, nella medesima sede, ampia e controversa è stata la discussione sull'opportunità di un addebito al Distributore per ogni Farmacia collegata con il protocollo Farmaclick; nonostante non tutti i partecipanti fossero d'accordo, la conclusione vede il Distributore in tal modo addebitato.

Le software house hanno inoltre concordato, per favorire l'avvio del progetto, l'installazione del prodotto su un minimo di 3 ed un massimo di 5 farmacie ciascuna.

È stata valutata ed accettata, inoltre, la possibilità di affidare ad un consorzio appositamente costituito la commercializzazione del prodotto.

Il suddetto consorzio verrà dotato di un sito internet per la consultazione e l'installazione del prodotto, di un unico contratto e di un unico listino.

Ecco, infine, un elenco di tutti quelli che hanno aderito al progetto fino a questo momento:



house si accordano

- CSF Sistema F Platinum
- Farmaconsult Farmagest
- Farma Tre 3 Pharm
- Farmasoft Facile 2000
- InFarma BFW BlockFarm
- Pharmservice WinFarm Evoluzione
- ReadyTec Copernico
- StudioFarma WinGesfar
- Svemu Informatica EasyPharma

Alcune Farmacie in Lazio ed in Campania hanno acquisito il nuovo protocollo Farmaclick e, già in fase di prova, si dicono molto soddisfatte.

Vi riportiamo due brevi interviste a tal proposito, per offrire una testimonianza sulle prime impressioni avute da chi ha scelto ed utilizza Farmaclick.

1. Quali sono le motivazioni che l'hanno spinta ad attivare Farmaclick?

2. Cosa pensa del nuovo protocollo? Quali vantaggi presenta rispetto alle altre forme di comunicazione fino ad ora utilizzate in farmacia?

3. Secondo Lei, uno strumento come Farmaclick, può innalzare il livello di servizio della Farmacia? Ed in che modo?

4. Quanto è importante per Lei disporre di mezzi che consentono una maggiore competitività della Farmacia sul nuovo panorama di mercato?

Al di là del semplice gestionale, cosa si aspetta dalle software house in termini di soluzioni per una maggiore competitività?

5. Quanto l'elemento tecnologico può determinare la scelta di effettuare un ordine presso un grossista piuttosto che un altro?

Dott. Mastrovincenzo - Direttore Farmacia Comunale Sant'Anna, Valmontone (RM).

1. Ho scelto Farmaclick perché intravedo dei potenziali benefici in termini di servizio al pubblico, monitoraggio delle fatture, gestione contabile e gestione resi.

2. Il nuovo protocollo rappresenta un qualcosa di nuovo, utile e funzionale che snellisce il nostro lavoro.

I vantaggi importanti sono riconducibili a tre punti fondamentali:

Rapporto con la clientela. A noi farmacisti capita quotidianamente di ordinare prodotti "particolari" e la possibilità di controllare in real time la giacenza del grossista ci permette di dare la conferma immediata dando così un servizio di qualità, risparmiando il tempo ed il costo di una telefonata.

Preparazione dell'ordine conoscendo al momento le offerte e la scontistica pezzo per pezzo in modo da ottimizzare gli acquisti senza variare il nostro lavoro.

Controllo delle fatture tramite PC.

3. È chiaro che in questo modo non si fa attendere la clientela e si dà la certezza della consegna del prodotto. Inoltre, se l'articolo in questione è in offerta possiamo anche fare uno sconto, cosa assai in voga negli ultimi tempi.



4. Oltre tali benefici, dobbiamo anche allinearci con il progresso tecnologico che sta invadendo a tutto tondo la nostra vita privata e professionale cercando, laddove possibile, di usarlo a nostro vantaggio. Dalle software house mi aspetto una personalizzazione del sistema in base alle richieste di ogni utente.

5. A parità di dilazione di pagamento e scontistica media offerta (parametri insostituibili), personalmente scelgo il grossista che mi offre queste soluzioni tecnologiche, che aiutano come già detto il nostro lavoro e danno un'importante immagine di trasparenza al fornitore.

Dott. Iannucci, Farmacia Ruggero Gaetano Francesco, Napoli.

1. Essere socio fondatore. La novità tecnologica.

2. I vantaggi sono sicuramente la rapidità, l'immediatezza di sapere la disponibilità del prodotto da ordinare.

3. Sì, certamente; dà un maggiore senso di sicurezza al cliente, evita quel periodo di attesa "angosciante" (mentre si telefona al

grossista, non risponde, non ho il codice ecc.) che generano ansia da mancanza di prodotto nel cliente.

4. "Indispensabile" per essere al passo con i tempi in un mondo che si trasforma ogni giorno ed è sempre più esigente... a costo zero. A tal proposito dalle software house mi aspetto "compatibilità" in modo da offrire più servizi alla clientela senza dover ogni volta cambiare tutto (possibilità di effettuare un elettrocardiogramma online con il cardiologo che legge i risultati, prenotazioni con le ASL e gli ospedali potrebbero essere idee interessanti da sviluppare).

5. Sicuramente basta Farmaclick collegato a tutti i grossisti.

Nasce ItriaWare

A Martina Franca, nelle Puglie, è appena nata una nuova Azienda capace di affiancare il Farmacista nella scelta delle soluzioni software più avanzate e nella loro manutenzione.

ItriaWare è il nome della nuova società che si propone di innalzare il livello qualitativo del servizio consapevole del fatto che il futuro sta nella rimozione delle abitudini del presente stimolando il mercato con delle alternative evolute per la gestione delle Farmacie.

Per l'attuazione di tale importante progetto, ItriaWare ha scelto l'intera linea di prodotti InFarma dedicati alla Farmacia:

- BFW BlockFarm per Windows, il gestionale della Farmacia più evoluto nel mercato;
- OmniTar, il software per la scannerizzazione e la tariffazione automatica delle ricette;
- NetFarma, prodotto altamente strategico per la gestione di reti di Farmacie;
- Farmaclick, il nuovo protocollo per la comunicazione trasparente ed immediata con il Distributore;
- Alambicco, per le preparazioni magistrali;
- Spot, per la creazione e la stampa di etichette.

Auguriamo buon lavoro alla nuova società e le diamo il benvenuto nel Club!



Liberalizzazione dei

Rischi ed opportunità: una sfida da cogliere



Francesco Fantuzzi

Amministratore Delegato di Dialog Sistemi dal 1991, svolge attività di consulenza direzionale nei settori Industria, Servizi, GDO/DO, Distribuzione farmaceutica, settore in cui, oltre a collaborare da anni con una serie di aziende, ha di recente contribuito alla creazione di Farmacentro. In precedenza esperienze professionali e manageriali in aziende italiane e multinazionali (Osram, Onama, RAS, Crippa & Berger, Postal Market).

Il Dott. Fantuzzi avrà cura di questo spazio offrendoci di volta in volta l'opportunità di approfondire temi attuali e di indubbio interesse professionale.

“Farmaci liberalizzati, leggere attentamente le avvertenze” titolava una nota rivista del Retail, all'indomani del decreto Bersani-Visco, che produce un'ulteriore spinta alla liberalizzazione della vendita di farmaci da banco in un canale diverso dal tradizionale, dopo i due precedenti passi che avevano introdotto in sequenza la possibilità per legge di commercializzazione dei prodotti OTC in farmacia con formula “self service” e successivamente gli sconti in farmacia.

Tale titolo ben fotografa uno scenario conseguente ad un evento portatore di sicure novità, scenario che subisce un notevole scossone, che presenta rischi ed opportunità per tutti gli attori coinvolti, che provoca ed ingenera una serie di paure ed incertezze sugli atteggiamenti e comportamenti da seguire, su ruoli e missioni da presidiare e/o ridefinire, tanto più in un ambiente poco abituato alle novità.

Vediamone alcune più in dettaglio rimanendo nell'alveo degli elementi certi, trascurando le considerazioni su possibili tendenze legate all'intero settore del farmaco, rimborsabile e non.

La finalità immediata del decreto è stata quella di favorire un' abbassa-



mento dei prezzi ed un maggior servizio per il Consumatore, venendo contestualmente incontro all'esigenza della Distribuzione Organizzata di avere sempre più maggiore “benzina” per alimentare il proprio business (diversi IPER presentano negli ultimi due anni marginalità di segno negativo) nonché dare ossigeno ad un settore (SOP ed OTC) fermo da diversi anni sugli stessi valori di fatturato complessivo e con un'incidenza sul totale in lenta ma costante discesa.

Il valore del mercato del Farmaco è di 20 Miliardi di Euro (vedasi tabella allegata). A questi valori, per quanto riguarda il canale Farmacia, vanno ad aggiungersi circa 4-5 Miliardi di Euro di altre categorie di prodotti (Sanitari, Cosmesi, Parafarmaco, ecc.); la parte interessata dalla attuale liberalizzazione riguarda circa 2 Miliardi di Euro, sicuramente una cifra ragguardevole ma una porzione limitata rispetto a tutto il resto.

Quale la dimensione sulla possibile erosione di fatturato per il canale farmacia? Una stima diffusa si colloca intorno al 5%-10%, al netto di possibili lievitazioni dei consumi ed ipotizzando che gli altri



farmaci da banco



attori non stiano a guardare. Essa appare ragionevole per vari ed ovvi motivi, legati alla specializzazione e qualificazione del canale sia agli occhi del Consumatore che dell'industria, alla maggiore "prossimità" al consumatore, al fatto che i farmaci si comprano prevalentemente "al bisogno".

Le implicazioni e gli effetti derivanti dall'ingresso della Distribuzione Organizzata come Canale aggiuntivo, sono molteplici e riguardano sia la G.D./D.O. che tutti gli operatori della distribuzione del farmaco (per problemi di spazio trascurato di prendere in conto il canale "specialized" delle Parafarmacie); più specificatamente:

La Distribuzione Organizzata (o "retailer") tenderà prevedibilmente a sfruttare questa opportunità sia nell'ambito degli Iper (a causa dei grandi volumi di traffico che consentono di assorbire i costi indotti dalla presenza di tre farmacisti) che dei Super di "prossimità" per la vicinanza al Consumatore. Lo spazio dedicato in ogni pdv sarà un angolo di circa 60-100 mq, ampliando parafarmacia e cosmetica. Il farmaco a prezzo competitivo costituisce valore aggiunto per la propria clientela. La ampiezza della gamma sarà prevedibilmente limitata, e sarà necessario costruirsi una certa esperienza sulla loro gestione. Opportunità di tipo logistico per i distributori attuali. La proposta di farmaci "a marchio" sarà l'ulteriore e successivo passo.

Quali effetti sulla Farmacia? Come visto in precedenza la minaccia di

erosione dei propri margini, indotta da questa prima liberalizzazione, sarà prevedibilmente limitata se saprà agire su entrambe le direzioni, sia quella prettamente "commerciale" che quella "etica" e sociale di presidio della salute; nel primo caso operando sugli aspetti di "visual" e assortimento (su cui farsi aiutare dal proprio Distributore di riferimento; vedasi tema Category trattato nei numeri precedenti), accompagnati dalla capacità di consigliare ed indirizzare il Cliente di cui conosce abbondantemente le patologie; nel secondo caso sfruttando la propria capillarità, rafforzando il proprio ruolo di presidio specializzato a tutela della salute, già fortemente riconosciuto, con la fornitura di servizi specialistici complementari e ad integrazione col SSN.

Il Distributore di medicinali (o "grossista") vedrà prevedibilmente ampliato il proprio parco Cliente (almeno per la

logistica) e probabilmente vivrà migliori possibilità nell'ambito delle condizioni commerciali in acquisto, tramite Centrali esistenti o da attivare.

Il Distributore di medicinali di tipo "cooperativo" accentuerà la sua tendenza tenderà a supportare le farmacie ad esse associate attraverso servizi a valore aggiunto a sostegno di un ruolo che esalta la presenza sul territorio e la funzione di cura e servizi alla persona, oltre naturalmente al potenziamento delle strutture "centrali" per migliori condizioni d'acquisto e la produzione a costi contenuti dei servizi di cui sopra.



Sarà perciò una sfida positiva da raccogliere da parte di tutti, sia operatori che cittadini, che probabilmente porterà ad un ulteriore stadio di evoluzione, in ottica di migliore servizio e disponibilità, di un sistema di distribuzione che pur sempre migliorabile e da migliorare, è sicuramente all'altezza del ruolo sociale assegnato.

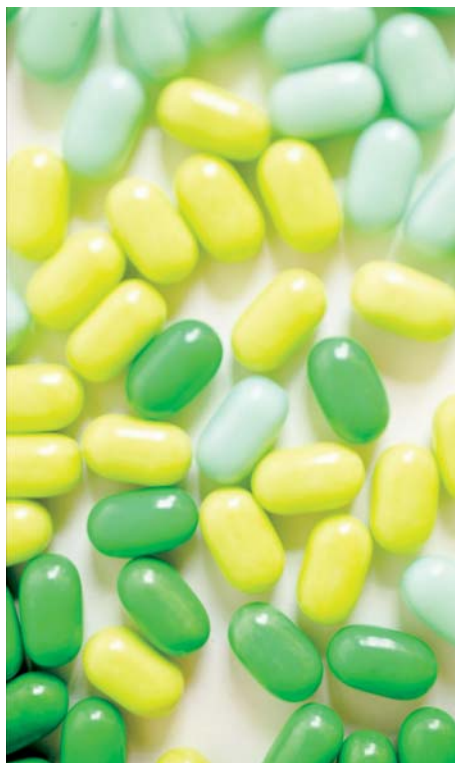
Valore mercato farmaco (Dati IMS)

Classe di farmaco	Valori (mIn Euro)	%
Etici A	14.250	71,0
Etici C	3.050	15,2
Dietetici	620	3,1
Farmaco Automedicazione	1.550	7,7
SOP	600	3,0
Totale	20.070	100,0



3 domande per 5 farmacisti

Dopo timori, dibattiti e proposte inerenti i nuovi scenari del mercato farmaceutico e gli eventuali assestamenti che questi avrebbero provocato, ci troviamo di fronte ad una realtà che vogliamo analizzare attraverso il punto di vista di alcuni farmacisti di diverse zone geografiche a cui rivolgiamo le seguenti domande.



1) Quale può essere l'impatto della parafarmacia sul mercato del farmaco?

2) Ci può essere un nesso tra l'apertura Bersani nei confronti della grande distribuzione e di fatto una revisione della pianta organica?

3) Qual è l'approccio più corretto da parte del farmacista titolare nei confronti delle nuove tendenze del mercato farmaceutico?

Dott. Mirone, Farmacia Mater Dei, Napoli

1) La parafarmacia, soprattutto laddove sarà organizzata in catene, metterà in pratica logiche e sistemi per lo più sconosciuti al titolare di farmacia "medio" e pertanto potrà rappresentare un concorrente particolarmente aggressivo in grado di erodere quote di mercato considerevoli nel settore dei S.O.P. e O.T.C..

Toccherà al farmacista adeguarsi nel più breve tempo possibile, facendo propri alcuni principi fondamentali di quel modo di gestire l'esposizione, l'assortimento, la centralizza-

zione degli acquisti ecc..

2) Anche in questo caso il canale "Farmacia" nella sua interezza - e quindi anche aziende produttrici interessate e distributori intermedi - dovrà prontamente rispondere con inequivocabili soluzioni di "risparmio" ed "efficienza" per la collettività.

Altrimenti è chiaro che il legislatore magari "opportunamente consigliato" si adoperrà per intervenire su quello che è l'ultimo baluardo - la pianta organica appunto - di un sistema valido e funzionale quale quello della farmacia privata in Italia.

3) A mio avviso, l'approccio corretto dovrà coniugare quanto di buono ha rappresentato fino ad ora la figura del Farmacista (professionalità, servizio, distribuzione capillare sul territorio ecc.) con quello che ormai il mercato gli impone in termini commerciali (risparmio ed una maggiore attenzione alla parte commerciale della sua attività).

Oggi come oggi non possono essere ritenute più un'eresia la pratica di "offerte speciali", promozioni ed eventi volti a far comprendere all'utente che anche in farmacia ci possa essere convenienza nell'acquisto.

Dott. Guglini, Farmacia Guglini, Corridonia (Mc)

1) Quale sarà l'impatto della parafarmacia sul mercato del farmaco penso possa molto dipendere da come noi tutti riusciremo a ridare autorevolezza e dignità alla professione del farmacista e al ruolo che ogni farmacia svolge sul territorio: perché il farmaco non può essere equiparato ad un qualsiasi altro bene di consumo e la tutela della salute non può essere affidata alla grande distribuzione.

Il profitto non può essere l'unica finalità nella distribuzione del farmaco, ma dobbiamo sempre ricordare e ribadire con forza il nesso inscindibile esistente tra Farmaco-Farmacista-Farmacia.

2) Ritengo che, senza alcun dubbio, un nesso tra l'apertura Bersani e una revisione della pianta organica ci sia.

Per capire dove realmente si voglia arrivare, bisognerebbe rivolgere questa domanda ai vertici delle cooperative e al loro uomo di punta l'onorevole Bersani.

Sicuramente le crociate in favore della libera vendita e dei prezzi dei farmaci OTC e SOP poteva essere risolta semplicemente concordando un ricarico di legge con lo stato.



3) L'approccio più corretto? Unità della categoria, forme sempre più strette di cooperazione fra farmacisti, un futuro in cui anche le nostre idee e non solo forme di comunicazione distorte ed aggressive con cui la grande distribuzione ha fatto sembrare un lusso per la collettività, non ricordando che ogni farmacia è stata voluta dallo Stato per assicurare la tutela della salute dei cittadini in ogni parte d'Italia, e in ogni momento del giorno e della notte mediante la professionalità del farmacista.

E questo servizio è sempre stato svolto dignitosamente da noi tutti, anche senza Bersani e le coop.

Dott. Marzano, Farmacia Costa, Napoli

1) Predire oggi quello che sarà l'impatto mi riesce difficile, quello che invece posso dichiarare senza timore di essere smentito è che i nuovi scenari dovrebbero scuotere quelli che per troppo tempo hanno pensato di poter dormire sonni tranquilli senza preoccuparsi di concorrenza e libero mercato.

2) Un nesso tra legge Bersani e revisione della pianta organica? Spero di no.

3) Penso che il metodo più corretto per affrontare nuovi scenari sia quello di affidarsi a professionisti dei vari settori coinvolti in questi cambiamenti, ragionare con i consulenti senza accettare pedissequamente le soluzioni proposte e governare i cambiamenti per trarne i maggiori benefici. In questa fase sarà facilissimo sbagliare, ma io definisco il Farmacista un professionista adattivo dotato più di altri professionisti della capacità di trarre insegnamenti dai propri sbagli.

Dott. N. Calì, Farmacia Calì, Palermo

1) L'impatto della parafarmacia a principio sarà come un sasso nello stagno poi tutto si riassisterà, se nel frattempo le parafarmacie, con effetti devastanti, non saranno trasformate in farmacie.

2) Una revisione della pianta organica secondo me no, se si opera per il bene del pubblico. Infatti, una cosa è abituare anche il mercato farmaceutico ad una sana politica di mercato, una cosa è provocare una ulteriore capillarizzazione del mercato farmaceutico già abbondantemente presente su tutti gli angoli del territorio, con effetti non certo migliorativi per il pubblico.

3) Professionalizzarsi al massimo; investire sempre più nell'azienda farmacia dando sempre più servizi al pubblico ed al Servizio Sanitario Nazionale.

Dott. Boscia, Farmacia San Marco, Venezia

1) Come conseguenza dell'impatto, sicuramente crescerà l'uso del farmaco senza obbligo di prescrizione medica in quanto più punti vendita equivalgono ad un consumo più elevato ed è chiaramente tutto a vantaggio dell'industria farmaceutica.

Aggiungo inoltre che la GDO ha in mente una strategia ben precisa ed è quella poi di poter distribuire anche il farmaco.

2) C'è senz'altro un nesso perché il prossimo passaggio, anzi già in alcune regioni si sta verificando, è la revisione della pianta organica con il relativo abbassamento del quorum.

3) Il farmacista deve rendersi conto che sono finiti i tempi di "Protezione", siamo di fronte ad una rivoluzione del nostro settore e quindi in questo momento bisogna mettere a disposizione tutta la nostra professionalità e poi sarà la gente a decidere.

Serata farmacie



InFarma, in collaborazione con la SC Informatica, ha organizzato la prima di una nuova serie di serate dedicate alla presentazione dei nuovi prodotti per la gestione della Farmacia. Il 22 settembre i farmacisti di Ancona e Pesaro sono stati invitati al Fortino Napoleonico di Porto Novo (AN), sofisticata location rinomata per la splendida posizione, l'architettura originale e l'ottima cucina.

Particolare attenzione è stata posta sui vantaggi apportati da InFarmaClick, nuovo protocollo di comunicazione standard che permette di "entrare" nel gestionale del grossista per potervi effettuare l'ordine dopo aver rilevato in tempo reale tutte le informazioni necessarie. Di grande interesse anche l'ultima versione di BFW BlockFarm, gestionale nativo Windows estremamente evoluto in termini di semplicità di utilizzo e funzioni innovative. L'elevata capacità di ottimizzazione delle funzioni rende BlockFarm uno dei gestionali più diffusi nel mercato italiano. La serata è stata caratterizzata anche da piacevoli momenti di relax trascorsi sull'incantevole terrazza sul mare, dove gli ospiti hanno gustato le stuzzicherie di pesce preparate dallo chef.

InFarma si accorda con Studiofarma per la vendita per conto ASL dei prodotti PHT.

InFarma ha realizzato una procedura di interfaccia tra DiFarm e il DPC (Distribuzione Per Conto) realizzato da STUDIOFARMA ed attivo in diverse realtà (ASL e/o regioni) con funzione di coordinamento tra ASL, Grossista e Farmacie. In tal modo e con la realizzazione di uno specifico modulo per le restanti situazioni ASL/regioni, InFarma risolve la problematica della distribuzione per conto.

Intervista con Andrea D'Ambrosio, Amministratore della Gtg di Roma

Conforme alla normativa dell'articolo 50 ed alla targatura dei medicinali, OmniTar è la risposta che InFarma dà alla problematica della tariffazione automatica delle ricette.

OmniTar è il software di eccellenza che effettua la tariffazione delle ricette nel modo più sicuro ed affidabile, pensato e sviluppato per semplificare e velocizzare le operazioni quotidiane del farmacista.

Il prodotto è già interfacciato con i più diffusi scanner presenti sul mercato, prodotti che hanno caratteristiche e prestazioni differenti tali da permettere la scelta hardware più idonea al proprio ambiente.

OmniTar è semplicissimo da utilizzare: è sufficiente inserire le ricette nello scanner ed il sistema procederà ad acquisire, controllare ed archiviare in modo completamente automatico i documenti, mettendo in evidenza solo i valori da correggere.

Il motore di riconoscimento ottico utilizzato è uno dei migliori presenti sul mercato e permette di leggere testo stampato, testo scritto a mano e codici a barre con una semplicità e qualità uniche.

OmniTar effettua inoltre l'acquisizione fronte/retro della ricetta e analizza automaticamente l'orientamento del documento, semplificando all'utente le operazioni di controllo del verso delle ricette.

Il prodotto è utilizzabile su qualsiasi PC con sistema Microsoft Windows, indipendentemente dal gestionale di farmacia utilizzato ed è integrato con uno dei software leader del mercato per le farmacie, BFW-BlockFarm, con oltre 1.000 installazioni all'attivo.

La **Gtg**, importante centro di tariffazione romano che vanta più di 10 anni di esperienza, serve 120 farmacie offrendo servizi amministrativi e di consulenza inerente gli aggiornamenti sulle nuove normative. Lo scorso luglio, la Gtg ha adottato OmniTar come software per la tariffazione automatica delle ricette. Rivolgiamo qualche domanda in merito all'Amministratore, Sig. Andrea D'Ambrosio.

I. Sig. D'Ambrosio, può raccontarci il percorso che ha portato la Gtg a scegliere OmniTar come software per la tariffazione automatica delle ricette?

Conosco la SAEDI srl di Anagni da più di



15 anni per percorsi lavorativi paralleli precedenti alla mia attività attuale ma sempre inerenti l'ambito farmaceutico. Con il passare del tempo i percorsi professionali si sono allacciati scegliendo InFarma per l'uso del prodotto per la tariffazione.

Siamo cresciuti e passati da una realtà con piattaforma DOS e migrati su piattaforma Windows per poi adottare il prodotto OmniTar, tuttora in uso. Forse per i non addetti ai lavori sembrerebbe una semplice migrazione da una realtà all'altra dovuta al cambiamento dei tempi, ma le assicuro che fare un'operazione del genere in contemporanea per 120 farmacie (400.000 ricette mese) ed i rischi operativi e gestionali che si possono incontrare è stata una bella scommessa.

Questo è stato possibile grazie anche alla disponibilità del gruppo di sviluppo e di analisi della InFarma che hanno integrato il prodotto con modifiche sia a livello procedurale che controlli formali da noi suggeriti.

te. Posso ritenere che anche grazie a loro abbiamo potuto raggiungere obiettivi che fino a qualche anno fa, e dati i continui cambiamenti ed evoluzioni della materia che avvengono ininterrottamente, irraggiungibili e difficilissimi da gestire su grandi numeri.

2. Quali vantaggi avete riscontrato rispetto agli altri prodotti concorrenti?

L'intuitività del prodotto e la gestione delle interfacce che vanno al sodo senza tanti fronzoli dando comunque sempre un'informazione esauriente.

3. Fermo restando l'ovvio interesse che la Gtg può avere nel suggerire la tariffazione fatta esternamente alla Farmacia, potremmo affermare che OmniTar facilita il farmacista a svolgere la tariffazione per proprio conto? E perché?

Fermo restando che la tariffazione è un processo piuttosto articolato e complesso posso affermare che come supporto per la fase finale di acquisizione delle immagini, interpretazione ed elaborazione finale Omnitarr sia un prodotto valido per le nuove normative vigenti (art. 50). Naturalmente rimango dell'avviso che un centro di tariffazione, se strutturato correttamente, svolga per conto terzi un ottimo lavoro.

Temperatura e umidità sotto controllo

Celsius
• S Y S T E M •



Le Norme di Buona Distribuzione emanate con il decreto legislativo del 6 luglio 1999 prevedono, nel capitolo inerente la configurazione dei locali, l'obbligo di registrare con modalità programmata e/o continuativa, i dati ambientali (temperatura ed umidità) dei locali stessi. Celsius System, un prodotto specifico per il controllo dei livelli di temperatura ed umidità ambientale adattabile a qualsiasi ambiente e contesto lavorativo, è un sistema di misura wireless in grado di effettuare controlli in real time eliminando all'origine le difficoltà relative al posizionamento dei sensori e garantendo una facile espandibilità del sistema. Le temperature e l'umidità vengono costantemente controllate mediante dei sensori collocati nei diversi punti del magazzino e appositi dispositivi di registrazione ne ricevono istantaneamente i dati. I valori ambientali così acquisiti vengono spediti automaticamente all'As400 per la configurazione, l'analisi e la visualizzazione che l'utente può monitorare in qualsiasi momento. Il prodotto InFarma è utilizzabile in diverse tipologie di aziende, è completamente integrato con DiFarm ed è certificato da enti accreditati dal Sistema Italiano Tarature come il PALMER e l'Università di Cassino. Celsius System utilizza un unico sensore integrato per umidità e temperatura per ridurre i costi a parità di prestazioni. Con Celsius System, si possono associare le misure effettuate non solo all'ambiente, ma anche ai prodotti (lotti di produzione). E' un sistema di rilevazione completo nel range, infatti acquisisce i valori di temperatura da -30 a +70°C e di umidità relativa da 5 a 95% RH in un intervallo, selezionabile, che va da cinque secondi ad un'ora. Per ogni sensore, si possono avere diverse soglie di allarme e, per ognuna di esse, è possibile specificare una diversa modalità di segnalazione: email, sms, web, segnalazioni sonore e/o visive. Celsius System permette di firmare elettronicamente i dati per garantirne l'autenticità. Infine, la trasmissione nello spettro radio Low Power non richiede alcuna autorizzazione. L'utilizzo di moduli standard permette una rapida pianificazione, installazione ed espansione dell'intero sistema.

Difarm

Evolution



LA STABILITA' E LA POTENZA
DI UN PROGRAMMA SVILUPPATO SU AS/400
SI FONDE CON LA FLESSIBILITA' E SEMPLICITA' DI UTILIZZO DI UN PC
INTEGRANDOSI CON TUTTI I PROGRAMMI DEL VOSTRO DESKTOP.
GRAFICO IN MODALITA' WINDOWS, CRITTOGRAFATO, SICURO,
COMPRESSO E OTTIMIZZATO NELLA COMUNICAZIONE DEI DATI,
DIFARM EVOLUTION PERMETTE UNA SPINTA PERSONALIZZAZIONE
E OFFRE UNA VELOCITA' INCOMPARABILE.

MOLTE COSE CAMBIANO, ALCUNE SI ESTINGUONO, POCHE SI EVOLVONO.
L'EVOLUZIONE SI RISERVA A CHI HA LA FORZA DI ATTUARLA
E A CHI HA L'INTUITO DI SEGUIRLA.

In
farma
INFORMATICA FARMACEUTICA

DIFARM, IL GESTIONALE DEL DISTRIBUTORE FARMACEUTICO PIÙ DIFFUSO IN ITALIA.