

Phare, la soluzione InFarma per la direzione centralizzata di reti di farmacie, supporta il retailer, o gestore di rete, in quanto applicativo nato dall'unione tra la grande esperienza del settore, lo studio approfondito delle singole esigenze, la loro sintesi ottimale, con la miglior pratica del retail ereditata da quei settori che da molti anni ne hanno già affrontato opportunità e difficoltà. In Phare sono state inglobate tutte le funzionalità applicative tipiche del retail (come la gestione commerciale da remoto direttamente al banco, l'organizzazione verticalizzata di una private label della rete, la gestione centralizzata del CRM ecc.) con altre specifiche del retail farmaceutico, come la realizzazione dell'ordine delegato al gestore di rete da parte della farmacia, piuttosto che la modulazione del calcolo d'acquisto per la farmacia in base all'indice di rotazione del prodotto, la realizzazione di proposte d'ordine confermabili dal farmacista o dall'intermediario commerciale industriale, etc. Anche partendo con solo una di queste funzioni, il retailer avrà modo di acquisire competenza e consapevolezza di come e quando crescere, disegnando man mano l'immagine di rete più vicina alla sua visione, alla sua richiesta di mercato e alla sua possibilità.

Un concreto progetto di implementazione di Phare è quello avviato in collaborazione con Farmacentro Servizi e Logistica, cooperativa di Farmacisti che fornisce oltre 1.200 Farmacie (di cui 275 appartenenti al network Mia Farmacia) in una vasta area che va dalle province di Rieti e Teramo, coprendo Umbria, Marche, Emilia Romagna ed una buona parte della Toscana. Farmacentro ci ha trasmesso nella fase di analisi il modo in cui concepisce il suo ruolo di mediatore di mercato tra le aziende farmaceutiche e le Farmacie associate, evidenziando le procedure operative fino ad ora seguite ed indicando quali di queste presentano limitazioni che possono essere superate adottando Phare e quali possono essere migliorate.

Farmacentro, un esempio concreto di retail farmaceutico.

Ce ne parla Alessandro Bruschi, Direttore Generale di Farmacentro, a cui rivolgiamo qualche domanda per condividere la loro visione di Cooperativa, le politiche strategiche e le dinamiche di integrazione all'interno della rete Mia Farmacia.



> **Alessandro Bruschi**
Direttore Generale Farmacentro

Come interpreta Farmacentro il diventare un gestore di rete di Farmacie? In che modo tale ruolo può avvantaggiare le farmacie socie e clienti?

Il ruolo della Cooperativa dovrà trasformarsi e passare da garante della competitività all'interno della distribuzione intermedia (vs S.p.A. e Multinazionali) all'innovativo ruolo di guida della Farmacia, con l'obiettivo di mantenere l'elevata percezione di professionalità che il cittadino ha sempre riconosciuto al Farmacista. In uno scenario futuro, altamente competitivo, non ci saranno Farmacie più dinamiche di altre, che crescono più del mercato, ma Farmacie di riferimento per il territorio che diventano sempre più importanti per il cittadino. Il vantaggio per il Farma-

cista è la salvaguardia di una figura imprenditoriale fondamentale per il nostro Sistema Sanitario quale quella del Titolare di Farmacia, nonché di quella di Socio di una realtà cooperativa che può contribuire personalmente a sviluppare.

Che livello di "delega", quali servizi, cosa in generale si potrebbe aspettare una farmacia dalla sua cooperativa / gestore di rete e quali sarebbero i vantaggi e le sinergie che ne derivano?

Il nuovo scenario richiederà una grande quantità di risorse economiche ed umane da investire nella formazione, nello sviluppo tecnologico e nello sviluppo di sistemi di comunicazione al pubblico (ad esempio affiancando e superando gli attuali volantini taglio prezzo), nonché nei servizi al cittadino che in futuro faranno la differenza tra un mero punto distributivo del farmaco ed un Presidio Sanitario del Territorio. **Per poter sviluppare tutto questo la singola Farmacia può decidere di fare autonomamente o entrare in una realtà, "Mia Farmacia", che risponda alle sue esigenze, in grado di assorbire gran parte dei costi abbattendoli grazie alle economie di scala.** Il primo passo della Farmacia verso questo modello è concedere una forte delega all'acquisto per la totalità del listino di aziende selezionate e partner Mia Farmacia.



Da qui **il primo risultato tangibile è il miglioramento del primo margine della Farmacia di diversi punti percentuali più alto** di quello sviluppato con altri nostri competitors ed anche superiore a quello delle Farmacie che acquistano direttamente dall'industria.

Ragionando in termini più ampi i vantaggi che ne derivano sono:

- Condizioni speciali di acquisto anche sul singolo pezzo per migliaia di codici-prodotto
- Servizio di logistica integrata che sposterà gran parte del magazzino della Farmacia all'interno del magazzino di Farmacentro con l'indispensabile integrazione tecnologica tra i gestionali
- Analisi e continuo sviluppo di un piano espositivo aggiornato alle mutevoli esigenze del consumatore e costantemente mantenuto per le categorie dell'automedicazione/benessere
- Costante aggiornamento di nuovi strumenti espositivi, di comunicazione e promozionali all'interno della Farmacia, sempre più performanti
- Contenimento dei costi per un piano formativo del proprio personale coerente con le mutevoli esigenze della Farmacia
- Convenzioni per l'acquisto/noleggio di strumenti per l'auto-analisi, di telemedicina e per lo sviluppo di servizi innovativi in Farmacia
- Strumenti di analisi dell'andamento della Farmacia e confronto con un campione nazionale o locale
- Convenzioni sulle forniture di servizi indispensabili nell'esercizio della professione (quali Telefonia, Energia, etc.)



In che modo intendete ampliare la gamma di servizi alle farmacie? Quali sono quelli considerati più interessanti per voi e la vostra rete?

L'ampliamento dei servizi alle farmacie passa attraverso una modernizzazione dei processi di riordino ed approvvigionamento dei prodotti per i quali è indispensabile lo sviluppo dell'integrazione dei gestionali delle Farmacie con quelli della logistica centralizzata della Cooperativa.

Si rende necessario creare un flusso di informazioni bidirezionali con offerte speciali, proposte d'ordine ed un ritorno di informazioni inerenti le verifiche, le conferme o le modifiche da parte della Farmacia, oltre ad un costante monitoraggio sulla situazione delle vendite e delle giacenze che evidenzino alla Sede le esigenze, il fabbisogno naturale e le eventuali criticità della singola Farmacia.

In che modo Phare vi supporta nell'implementazione dei processi organizzativi che proponete alla rete?

Phare introduce tutti i concetti fondamentali per la corretta gestione della rete e li declina secondo le specifiche esigenze del nostro settore, dove ad esempio non è sufficiente centralizzare i dati delle farmacie, ma è indispensabile normalizzarli in modo che tutti parlino "la stessa lingua" per permettere azioni rapide ed efficaci.

Avere la possibilità di clusterizzare liberamente le farmacie in rete consente di stabilire obiettivi e metodi di lavoro personalizzati sia in termini di determinazione dei fabbisogni di merce, sia in termini di suggerimento della politica commerciale che la Farmacia deve impostare nei confronti della sua clientela. Con Phare tutto ciò è gestibile in maniera semplice e rapida, permettendo una stretta ed intensa attività di interscambio di informazioni e dati con la Farmacia. Inoltre, l'integrazione con i molteplici sistemi gestionali già in uso all'interno di Farmacentro in ambito logistico, amministrativo e marketing consente di scam-

biare informazioni vitali tra tutti i reparti e con le Farmacie Associate, portando a tutti vantaggi competitivi altrimenti non raggiungibili.

La vera sfida è farlo subito e farlo bene.

Ha parlato di comunicazione con la Farmacia, cosa si aspetta dal mondo dei gestionali di Farmacia in termini di retail?

L'obiettivo di tutti i Network è quella di dialogare in una sola lingua ed in tempi rapidissimi con i propri "store" periferici, all'estero, ove sono presenti da tempo catene di Farmacie di proprietà, il gestionale completamente integrato con quello della sede è stato il primo intervento fatto dalle catene.

È per questa esigenza che le Software House, oggi presenti sul mercato, dovrebbero investire per rafforzare la ricerca e lo sviluppo di sistemi integrati Farmacia-Sede Centrale. In ogni caso il primo grande sforzo che saranno chiamate ad affrontare nell'immediato è di sviluppare tutte quelle attività volte a permettere un Integrated Collaborative System con i gestionali della distribuzione intermedia, oggi in uso.

Come Mia Farmacia abbiamo la necessità di comunicare informazioni ed inviare dati al gestionale di farmacia a prescindere dalla richiesta di quest'ultima, ricevedone un feed back; oggi non ci sono "canali" di comunicazione diretta ma solo in forma indiretta attraverso e-mail. Abbiamo inoltre la necessità di superare le attuali logiche di estrazione ed invio dei dati e di prevedere la possibilità di gestire gli spazi espositivi della farmacia e di determinare prezzi di vendita al pubblico coerentemente con le campagne promozionali sul territorio, etc.

In considerazione di queste esigenze e dei cambiamenti in atto nella filiera, ci aspettiamo un'evoluzione tecnologica e funzionale significativa dell'attuale panorama di mercato.