

Alla farmacia non si può solo sottrarre

Riforme e controriforme, costi e redditività degli ormai ineluttabili servizi, consumatori radicalmente cambiati e una farmacia che, nonostante tutto, continua a ottenere, nelle varie indagini, giudizi di gradimento molto positivi. Alla seconda edizione del convegno *Farmacia è futuro*, organizzato a Firenze dalla Scuola superiore Sant'Anna in collaborazione con Boehringer Ingelheim, sono stati messi sul tappeto molti argomenti e come lo scorso anno non è mancato, nel tardo pomeriggio, un dibattito acceso. Tutti d'accordo soltanto su un punto: la farmacia del futuro sarà una farmacia dei servizi. E qual è la novità? Se ne parla da così tanto tempo. Di nuovo c'è un emendamento appena approvato dalle Commissioni riunite Affari costituzionali e Bilancio della camera, che delega il Governo a emanare decreti legislativi in cui si ridefinisca il ruolo delle farmacie, coinvolgendole nell'assistenza domiciliare integrata, in campagne di prevenzione e di educazione sanitaria. La farmacia dei servizi esiste insomma, oggi, nero su bianco: «È stato un impor-

tante riconoscimento da parte delle istituzioni del ruolo di una farmacia sempre più integrata nel territorio», ha spiegato il presidente di Federfarma Annarosa Racca, «e i farmacisti sono pronti a sostenere questa sfida». Un clima apparentemente più disteso e sereno, insomma, durante questa edizione del convegno fiorentino, rispetto a quello dello scorso anno in cui il rischio della fascia C fuori canale sembrava molto concreto. «La farmacia quest'anno ha vinto la sfida, ha riconfermato il suo ruolo e la sua identità e la deriva commerciale che le si era voluto dare è stata rifiutata», ha spiegato Riccardo Varaldo, presidente della Scuola superiore Sant'Anna. «La farmacia del futuro sarà una farmacia di servizi».

E anche le aziende farmaceutiche vogliono essere vicine ai farmacisti in questa sfida, supportarli, aiutarli nella formazione, nell'aggiornamento, nel servizio agli utenti: «Il farmaco e le farmacie sono una realtà importante dalla quale non si può prescindere: in tutte le indagini emerge il ruolo fondamentale, per i consumatori, del farmacista», ha spie-



gato Sergio Daniotti, Country manager di Boehringer Ingelheim e presidente di Anifa. «E come aziende ci impegniamo ad aiutare le farmacie a soddisfare le domande di assistenza dei cittadini e a proporre nel modo più corretto e professionale il bene farmaco. Insieme possiamo fare qualcosa di concreto».

CAMBIANO I COMPORTAMENTI DI CONSUMO

I principali Paesi europei sono in sofferenza e anche l'Italia sta cambiando: il potere di spesa è sempre più basso, i salari sono inferiori al tasso di inflazione reale, si fa sempre maggior ricorso all'indebitamento e al credito al consumo. Aumentano l'acqua, l'elettricità, il gas, i trasporti, i mutui, la spesa per la salute, i generi alimentari. Il risparmio delle famiglie è in continua erosione e il credito al consumo pesa ora al 50 per cento del reddito disponibile (fonte: Banca D'Italia), ancora sotto la media dei grandi Paesi Ue ma in crescita costante. Peggiora l'indice generale di fiducia e cambiano radicalmente i comportamenti di consumo.

«I carburanti e i prodotti di base hanno inciso nell'ultimo anno maggiormente sul bilancio delle famiglie. Si spende meno per l'intrattenimento fuori casa, per le nuove tecnologie o per il risparmio e di più per il pagamento dei debiti», ha

Annarosa Racca: "L'emendamento appena approvato è stato un importante riconoscimento da parte delle istituzioni del ruolo di una farmacia sempre più integrata nel territorio e i farmacisti sono pronti a sostenere questa sfida"



spiegato Stefano Galli, Chief marketing officer di Nielsen Italia. «Si rinuncia alla colazione al bar e aumentano i prodotti che consentono preparazioni casalinghe come farina, burro, uova, paste pronte. Si diffondono i pasti snelli ed economici e gli acquisti presso i produttori».

In questo radicale cambiamento il consumatore italiano è più fedele al proprio punto vendita e alla propria marca, fa confronti più accurati sui prezzi, sostituisce prodotti voluttuari, cerca marche private, farmaci generici ed è molto attento al rapporto tra prezzo e qualità. «Il consumatore cerca insegne dove può trovare un rapporto prezzo/qualità interessante, è più esigente, più insofferente, cerca novità, supporti e consigli», ha spiegato Galli. «Aumenta la ricerca di prodotti legati alla salute più di quelli voluttuari. Il cambiamento è velocissimo e i farmacisti dovrebbero fare molta attenzione alla relazione *one to one*, ottimizzare strategie di prezzo, investire in base al comportamento d'acquisto del consumatore, sulle categorie con più opportunità e meno permeabili alla recessione».

L'ISOLA DI WIGHT

Tra le opportunità meno permeabili alla recessione sicuramente per il farmacista c'è la fornitura di servizi, che rappresenta una concreta possibilità sia di andare in-

contro alla domanda dei clienti sia di far diventare sempre di più la farmacia un elemento fondamentale nell'ambito del Ssn. La popolazione invecchia, aumenta l'incidenza delle patologie croniche e l'ospedale è sempre più dedicato a percorsi assistenziali complessi. I pazienti cronici dovrebbero essere curati soprattutto a casa, anche per garantire la sostenibilità economica del sistema pubblico. «C'è necessità di un nuovo assetto territoriale, capace di cogliere i bisogni della popolazione e di fornire risposte adeguate in tutti i casi in cui non è necessario un ricovero ospedaliero», ha spiegato Sabina Nuti, direttore del Laboratorio di management & sanità della Scuola superiore Sant'Anna. «È necessaria una sanità che sappia andare dove c'è realmente il bisogno di assistenza, che in genere è dove la scolarizzazione è bassa, perché la presenza di patologia è legata più a livelli di scolarizzazione che di reddito».

Attualmente nel territorio mancano flussi informatizzati integrati e di qualità, c'è una grande confusione su chi deve fare che cosa - basti pensare all'assistenza domiciliare - ci sono molte modalità organizzative per erogare lo stesso servizio, le risorse sono utilizzate con alto grado di autoreferenzialità e mancano linee guida condivise. «È necessario promuovere percorsi assistenziali flessibili, ridefinire il ruolo del medico di medicina generale, integrare sistemi informativi, colmare i vuoti di offerta», ha spiegato Nuti. «E si deve costruire una partnership tra Servizio sanitario e farmacie in modo che queste possano avere un ruolo proattivo di intervento dove altri non possono arrivare». Nell'isola di Wight, per esempio, la popolazione cronica è seguita nel percorso assistenziale anche dai farmacisti, che ricevono per questo servizio un relativo compenso. Il gradimento di questa attività da parte degli utenti è elevatissimo: i farmacisti sono molto accessibili, hanno un elevato tasso di umanizzazione, non inducono soggezione. Anche in Toscana, ha spiegato Nuti, esiste un modello simile di farmacia presidio sanitario integrato: autoanalisi, educazione sanitaria, informazione, prenotazioni Cup, vigilanza attiva sui medicinali, orari più flessibili, capillarità delle farmacie, anche grazie all'esistenza delle proiezioni farmaceuti-

Dibattito acceso, come ogni anno, al convegno *Farmacia è futuro* di Firenze: la strada da percorrere per i farmacisti è quella dei servizi ma chi li paga? E che senso ha rinnovare il sistema farmaceutico a piccoli pezzi senza una visione organica d'insieme?

DI LAURA BENFENATI

che, fanno del servizio farmaceutico della regione un'isola felice quasi quanto quella di Wight.

AFFIDABILITÀ E GENTILEZZA

La farmacia del futuro, e in alcuni casi già del presente, è quindi una farmacia "attiva", che soddisfa i bisogni della popolazione come terminale del sistema sanitario sul territorio. Questo ruolo però non è una novità, considerato il gradimento che sempre i cittadini manifestano nei confronti della categoria. Gadi Schoenheit, Ceo managing director di Added Value Italia, ha illustrato un'indagine condotta su 78 farmacie nelle quali sono stati distribuiti, tra giugno e luglio, 6.237 questionari ai clienti. Hanno risposto per il 68 per cen-



Nodi da sciogliere

Tutti d'accordo, durante la tavola rotonda del pomeriggio, moderata da Andrea Vianello di *Mi manda Rai Tre*, su una farmacia che svolga più servizi legati alla salute, anche se, come ha ben sottolineato il presidente della Fofi Giacomo Leopardi, la maggioranza delle farmacie questi servizi li sta già esplicitando e sarebbe invece più importante modificare l'articolo 102 del Testo unico delle leggi sanitarie che vieta l'esercizio di altre professioni sanitarie in farmacia come per esempio l'infermiere.

La discussione è stata però accesa dal rappresentante dei consumatori Paolo Landi, segretario generale di Adiconsum, che ha chiesto una riqualificazione della farmacia, - che assomiglia secondo lui troppo a una *beauty farm* - e una riflessione sui margini dei farmacisti, che a suo parere si possono senza dubbio ridurre. Ne è nata un'accesa discussione, con accalorati interventi del pubblico in sala. Bene ha fatto Loredano Giorni a citare la Convenzione mai rinnovata: la base del suo rinnovo dovrebbe essere proprio la tanto citata farmacia dei servizi, non si può rinnovare il servizio farmaceutico a piccoli pezzi, c'è necessità di una visione d'insieme: «C'è bisogno di un rinnovo della normativa nazionale, c'è necessità di rivedere il Testo unico che è del 1934. Sul principio dell'emendamento alla Camera siamo tutti d'accordo, non sulla sede in cui è stato presentato». Chi li paga, per esempio, questi servizi? «Sono stati istituzionalizzati ed è una novità», ha aggiunto Giuseppe Turchetti della Scuola superiore Sant'Anna «e questo non può che avere impatti positivi in termini sia di volumi sia di implicazioni economiche per i farmacisti, ma è necessario valutare i costi, i tempi che richiederebbero: in una farmacia media con cinque dipendenti che dovesse fornire tutti i servizi richiamati nell'emendamento il personale dovrebbe dedicare diverse ore al giorno a queste attività. Come fa la farmacia a supportare questo carico?». Nodi da sciogliere, quindi. Chi li paga questi servizi? Le Regioni? I cittadini? I farmacisti? «Alla farmacia si chiede sempre di sottrarre:», ha detto Giacomo Leopardi, «la distribuzione diretta, per esempio, ha sottratto sia dal punto di vista economico sia dal punto di vista culturale. La farmacia è già di per sé un servizio, gli altri sono tutti servizi aggiuntivi e i farmacisti non sono oggi in condizione di dare più niente».



Stefano Galli, Chief marketing officer di Nielsen Italia

to donne e il 32 per cento uomini. Ne è emerso che uno su quattro degli intervistati si reca una volta alla settimana in farmacia e il 46 per cento sempre nella stessa. La scelta della farmacia dipende prevalentemente dalla gentilezza del farmacista (31 per cento), dalla fiducia che si ha in lui (23 per cento), dall'assortimento dei prodotti (18 per cento) e dalla comodità (17 per cento). «Quello che fa la differenza», ha spiegato Schoenheit, «è sempre la figura del farmacista, la sua gentilezza, la sua capacità di dare consigli, la disponibilità all'ascolto, la riservatezza. L'affidabilità del farmacista è sempre al primo posto». Per quel che riguarda i servizi che non dovrebbero mancare in farmacia, ci sono innanzitutto esami del sangue, colesterolo, glicemia (52 per cento), poi prenotazione di visite specialistiche (37 per cento), presenza dell'infermiere per le iniezioni (26 per cento), piccole medicazioni di pronto soccorso (24 per cento) e consegne a domicilio (21 per cento). Altro dato interessante emerso dall'indagine, per il 53 per cento degli intervistati (più anziani, nelle grandi città e al nord) il modello ideale di farmacia è il presidio territoriale di sanità, con vendita di farmaci, servizi sanitari, prenotazioni, analisi eccetera. Per il restante 47 per cento (giovani, di centro medio-piccoli del sud) è invece negozio benessere, con ampio assortimento di prodotti per la salute e il benessere. «Chi vuole il negozio benessere è più soddisfatto, sul presidio territoriale c'è molto ancora da fare anche se nel complesso dall'indagine è emerso che il rapporto tra italiani e farmacia è più che buono e che la posi-



Sergio Daniotti, Country manager di Boehringer Ingelheim e presidente di Anifa

tività dei giudizi dipende dal rapporto con il farmacista più che dalla modernità del punto vendita. È il ruolo professionale della categoria il vero driver per lo sviluppo della farmacia italiana» ha concluso Schoenheit.

Il ruolo professionale del farmacista però ha bisogno di ossigeno, come ha ben spiegato il presidente della Fofi Giacomo Leopardi durante la tavola rotonda (vedi *box* a fianco). E l'azienda farmacia deve essere in grado di "reggere" il nuovo ruolo di fornitrice di servizi, che hanno un costo e devono avere un'adeguata remunerazione. La sempre maggior integrazione con il Ssn passa insomma attraverso ruoli e competenze ben definiti ed è un processo di ampia portata che riguarda innanzitutto le istituzioni, nazionali e regionali. Cosa si vuole fare della farmacia nel nostro Paese? Inutili e demagogiche le affermazioni sulle farmacie presidio che devono eliminare tutto l'extrafarmaco se, come ha fatto notare nella sua brillante relazione Daniele Fornari, dell'Università di Parma e del Cermes Bocconi, la maggior parte delle farmacie avrebbe già chiuso senza tutto quello che non è farmaco. Il presidio sanitario fornitore di servizi ha oggi più che mai bisogno di extrafarmaco e di margini congrui sui medicinali. L'azienda deve "girare" bene e, come ha spiegato Fornari, il titolare deve anche acquisire un po' più di domestichezza con il marketing, se questo significa soddisfare i bisogni del consumatore e massimizzare contemporaneamente gli utili dell'azienda. Di questo però vi parleremo ampiamente nel prossimo numero.