



L'automazione in farmacia è ancora poco diffusa, sebbene oggi l'offerta di macchine sia ampia e diversificata. Le ragioni di questo scarso interesse da parte dei farmacisti sono varie, ma un ruolo di primo piano gioca il preconceito che il magazzino automatizzato sia una tecnologia giovane e poco affidabile. Ricordo tuttavia di avere visitato una farmacia automatizzata e funzionante già nel 2001, dotata di una macchina che si basa tuttora sulla medesima tecnologia. Da allora c'è stata una selezione naturale che ha portato alla scomparsa di apparati farraginosi e poco rispondenti alla realtà del nostro lavoro. Le tecnologie quindi sono ormai piuttosto consolidate e collaudate, ma a molti questo non basta ancora.

La prima obiezione è quella dell'entità dell'investimento, sia fisico in termini di opere strutturali sia monetario per l'acquisto, poi la paura di diventare servi della macchina, per non parlare dello spettro del "blackout a farmacia piena". Molte di queste remore nascono da una conoscenza dei sistemi che si ferma alla "scatola" esterna.

Chi installa può essere spinto da molti motivi, che potremmo schematizzare in due categorie: irrazionali e razionali. Tra i primi mettiamo la passione tecnologica del titolare e un rafforzamento dell'immagine del punto vendita. Il primo aspetto dovrebbe nascere in una farmacia già volta all'innovazione, in cui il magazzino automatico diventa uno dei tanti "attori tecnologici" (Cup, diagnostica sofisticata ecc.).

Il secondo non deve limitarsi a una sterile esibizione estetica, ma avere un carattere strategico: penso a una farmacia tradizionale, con mobili datati e strutture un po' obsolete che cambia pelle, si riposiziona come punto vendita diverso e cerca di attirare una clientela più fresca e dinamica. S'intende che queste due vie per essere davvero paganti devono fondarsi su un piano strategico di riorganizzazione generale e non su scelte impulsive del tipo "mettiamo la macchina, qualcosa accadrà".

Le spinte "razionali" si possono invece schematizzare in due esigenze misurabili (anche in metri quadri), e cioè logistico-strutturali e di merchandising-logistica. La prima nasce da una tendenza all'allargamento della metratura dell'area destinata alla clientela, e dalla contrastante espansione delle referenze in magazzino, dovuta

Tempi moderni

Il magazzino automatizzato in Italia, nonostante l'ampia offerta, è ancora poco diffuso. Molte remore nascono da una conoscenza dei sistemi che si ferma alla "scatola" esterna e dalla paura di essere fagocitati dalla macchina

DI **GABRIELE NOBILI**, FARMACISTA

anche alla crescita dei volumi dei farmaci generici. Diventa arduo eliminare un blocco di cassette per allargare l'area a libero servizio o al contrario aggiungere di nuovi per ospitare i farmaci. Le macchine attuali offrono soluzioni concrete, sia grazie allo stoccaggio delle scorte in un'unica struttura compatta sia dislocando il magazzino.

IL FARMACO A DOMICILIO

La seconda esigenza riguarda le farmacie più grandi, in cui i banchi presidiati da farmacisti sono raccolti attorno alle cassette, lasciando ampie zone a libero servizio: una situazione che non può conciliarsi con l'imperativo di un'assistenza puntuale e completa che ci differenzi dal mass-market. L'automazione offre il recapito "a domicilio" del farmaco. Meno palese, ma anche più importante, è la redistribuzione dei punti focali della farmacia. Il punto caldo per eccellenza è l'area adiacente al banco presidiato: più i banchi sono uniformemente distribuiti più si estende la zona alto vendite. Questo aspetto spesso trascurato dovrebbe far riflettere il partito di quelli che... "l'automazione è costosa": è costoso anche uno scaffale carico di merce davanti a cui non passa nessuno. È interessante però notare che l'automazione riscrive anche i parametri di grandezza delle farmacie: si allargano fisicamente i locali in modo da aggiungere servizi o almeno spazio

espositivo. Immaginiamo una farmacia di 100 metri quadri di cui 60 mq destinati al pubblico e al libero servizio; supponiamo, inoltre, che quest'area sia di circa 7 metri per 9, con i due lati corti occupati da banco etico e zona ingresso/vetrine. Sui due lati lunghi (9 + 9 metri) sono posti gli scaffali, con sei ripiani ciascuno, pari a 108 metri di sviluppo espositivo; le scorte sono poste dietro al banco in dieci colonne di cassette da cm 50 x 1 metro, ovvero 5 mq, più altri 5 di spazio necessario per l'estrazione, per un totale di 10 metri quadri. Ora, supponendo di far sparire i cassette grazie a un magazzino automatizzato dislocato al piano inferiore liberiamo 10 metri quadri, che se integrati nello spazio per il pubblico lo incrementano di oltre il 15 per cento. Inoltre, ipotizzando che questo nuovo spazio a disposizione sia di 5 metri x 2, e che si possa attrezzare su due lati adiacenti con scaffali da 6 ripiani, abbiamo un aumento di 7 metri espositivi che sviluppano 42 metri di lineare, pari a circa il 40 per cento in più. È ovvio che questo è un esempio limite, ma fa capire come liberare anche una superficie ridotta possa portare a incrementi interessanti dello spazio espositivo. E anche chi potesse acquisire locali adiacenti dovrebbe valutarne la convenienza: i metri quadri commerciali in una zona centrale cittadina possono costare molto di più di un magazzino automatizzato.