



L'unione

A CURA DI LAURA BENFENATI
E GIUSEPPE TANDOI

che fa crescere

ConSORZI, gruppi di acquisto, catene più o meno virtuali: parte da questo numero la nostra inchiesta su tutte le forme di aggregazione tra farmacisti sul territorio. Cominciamo con Farmagrappo, Consorzio Farmacisti Riuniti e InFarmacia

Di aggregazione abbiamo parlato molte volte e soprattutto della difficoltà che i farmacisti, entità individualiste per eccellenza, hanno nel fare gruppo e nel capire che i tempi non consentono più di muoversi da soli. Di catene di farmacie si discute da decenni, oggi è chiaro a tutti che qualsiasi forma di aggregazione debba nascere sul territorio, non esse-

re imposta dall'alto. E di questi gruppi, consorzi, cooperative di servizio e non solo di acquisto, ne sono nati molti negli ultimi anni. *Punto Effe* ha deciso di dedicare loro spazio e già in questa prima puntata della nostra inchiesta abbiamo scoperto, non senza stupore, un grande entusiasmo, iniziative interessanti e idee degne di essere segnalate e magari imitate.

Farmagruppo Aggregati ma indipendenti

Riunisce più di 400 farmacie piemontesi, liguri e valdostane. Non solo centrale d'acquisto ma anche politiche di vendita comuni, prodotti a marchio e campagne rivolte al pubblico

Ha qualcosa di sabauda questa cooperativa nata nel gennaio del 2008, e non solo perché le 420 farmacie che ne fanno parte sono dislocate tra Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria. Parlando con Marco Cossolo, l'amministratore delegato, si percepisce un rigore e una determinazione che fanno intendere come l'organizzazione e l'efficienza siano facce della stessa medaglia. «Prima di Farmagruppo», racconta Cossolo, «esisteva una semplice Srl con funzione di gruppo d'acquisto. Il decreto Bersani e la convinzione di dover contrastare me-

glio i nuovi canali distributivi ci hanno indotto a creare la cooperativa». Con quali presupposti? Innanzitutto quello di non mischiare sacro e profano, rivendicazioni sindacali e strategie commerciali. Cossolo, che è anche segretario di Federfarma Torino, lo sottolinea con forza: «Crediamo nella necessità dell'aggregazione ma teniamo anche alla nostra indipendenza. Per questo, al momento abbiamo ritenuto di mantenere la nostra autonomia senza aderire a organizzazioni nazionali di categoria». Se non si può parlare ancora ufficialmente di "catene" per la farmacia italiana - almeno con la normativa vigente - di certo Farmagruppo è qualcosa di più di una cooperativa di distribuzione. Il passo è stato fatto, qui non si tratta soltanto di risparmiare acquistando insieme dalle aziende; qui si tratta di cercare tra i soci l'unione, attraverso strategie comuni sui più vari fronti. Quanto più solido è il legame tra i soci, pare di capire, tanto più è saldo il rapporto con i cittadini. «Per l'approvvigionamento dei farmaci abbiamo optato per una collaborazione logistica con Unico, che ci mette a disposizione la piattaforma distributiva. Ma la vicinanza che caratterizza le nostre farmacie deve essere anche tangibile, o meglio visibile. Non abbiamo ancora il logo comune ma vetrofanie, reglette e quant'altro possa distinguerci, quello sì». Entrare in Farmagruppo è semplice, la quota è di 500



Marco Cossolo,
amministratore delegato di Farmagruppo

FARMA GRUPPO
FARMACIE PER TE

PRIMA CHE ARRIVI L'INFLUENZA
NOI ABBASSIAMO LA FEBBRE DEI PREZZI

Per combattere l'influenza da oggi **Acido Acetilsalicilico** e **Paracetamolo** ad un prezzo unico.
Solo nelle Farmacie Farmagruppo.

Info in tutte le Farmacie Farmagruppo sul sito www.farmagruppo.org

euro all'anno, ma la permanenza all'interno della cooperativa è soggetta a un vincolo. «Il 30 per cento del fatturato commerciale (quindi etico escluso) della farmacia associata deve provenire dalle venticinque aziende che con Farmagruppo hanno rapporti di partnership. Altrimenti la farmacia viene estromessa, cosa che finora non è mai capitata. L'elaborazione dei dati di vendita delle singole farmacie è stata affidata a una società specializzata, che al momento costituisce l'unico raccordo di carattere informatico tra le associate». Sul versante delle politiche commerciali le promozioni sono ad ampio raggio: ➤



Otc, parafarmaco, integratori, elettromedicali, alimenti per l'infanzia. Non mancano i prodotti a marchio: preparazioni galeniche in proprio (paracetamolo, acido acetilsalicilico e, entro breve, prometazina) e altre a carattere industriali in accordo con le aziende (magnesio e potassio con ratiopharm). Ampiamente pubblicizzate sul sito internet le promozioni (www.farmagrappo.org), a testimoniare un'attitudine commerciale accentuata ma perfettamente legittima, visto che i prodotti pubblicizzati sono tutti acquistabili anche nei corner della Gdo. E la Grande distribuzione va affrontata con armi adeguate. «Alla guerra come alla guerra», dicono i francesi. Del resto attorno a Farmagrappo sembra esserci unanimità di consensi. Alla presentazione delle sue iniziative (*vedi box a fianco*) partecipano concordi il presidente di Federfarma Piemonte Luciano Platter e gli assessori regionali alla Salute e al Commercio. E non va dimenticato che, sempre a livello locale, Federfarma Torino, insieme a Unioncoop, è socio di minoranza delle farmacie comunali di Torino, attraverso la neonata Farmagestioni. Un connubio pubblico-privato inedito ma che ha sempre al centro la figura del farmacista.

Il traguardo cui tendere? L'affermazione di una mentalità imprenditoriale tra tutti gli associati. Non più la dimensione artigianale della farmacia ma l'ottica di un gruppo che si muove come un'azienda pur non essendolo formalmente

Non solo promozioni: le iniziative in cantiere

Quattrocento e passa farmacie associate sono molte e non è facile organizzarle in modo che siano davvero parte di un'unica entità, nello spirito e negli intenti. Bisogna ammettere che ascoltando l'amministratore delegato di Farmagrappo, Marco Cossolo, l'impressione è quella di un dirigente d'azienda, al vertice di una "catena" di esercizi che, pur essendo giuridicamente autonomi, devono comprendere il valore aggiunto di un'aggregazione così ampia. Farne parte significa abbandonare la dimensione artigianale - che pure sopravvive con grandissima dignità nei tanti paesini dei quali è fatto il nostro Paese - della farmacia che pensa solo a se stessa e assumere una mentalità imprenditoriale. Quella che vorrebbe conciliare l'inconciliabile, il carattere di presidio sanitario pubblico garantito dalla Convenzione con il Servizio sanitario nazionale, e una dimensione commerciale forte, potremmo dire anche smaccata, ma alla luce del sole, senza ipocrisie. Gli sconti che per molti farmacisti *old style* sono farina del diavolo qui paiono invece elementi necessari per rafforzare il mercato alternativo al fatturato Ssn, destinato inesorabilmente a scendere, tra tagli dei prezzi, diffusione sempre maggiore dei generici

e ricorso a forme di distribuzione che, anche quando coinvolgono (e non sempre succede) le farmacie non sono certo molto remunerative. Bene, ma tutto ciò in che cosa lo traduce Farmagrappo, in termini pratici? Innanzitutto in una convention annuale (l'ultima a novembre 2008) nella quale si illustrano ai soci programmi e obiettivi della cooperativa per i mesi a venire. Poi c'è il discorso più strettamente scenografico del *layout*, di come allestire la farmacia in modo quanto più possibile uniforme tra tutte le associate. A questo scopo un team di esperti di Farmagrappo ha passato in rassegna, a inizio anno, le varie farmacie per mostrare come utilizzare al meglio gli strumenti che la cooperativa offre come segno distintivo di appartenenza. Ci sono poi le iniziative rivolte al pubblico: quella imminente (*vedi locandina in questa pagina*) focalizzata sul controllo in chiave preventiva della glicemia. Per i prossimi mesi ne sono previste altre, sul rischio corretto dei solari, sul rischio cardiovascolare. Serate a tema rivolte ai cittadini? Forse, ma non per il momento. Cos'altro rimane? I media, naturalmente. È utile partecipare a programmi di reti locali dedicati alla salute, ma ancor più utile è produrre comunicazione in proprio: attraverso un *house organ* bimestrale che raggiungerà tutti i soci e che viene battezzato ai primi di maggio.

Consorzio Farmacisti Riuniti

Pionieri nei servizi

Da qualsiasi tipo di ausilio sanitario, alla fornitura di assistenza sanitaria privata infermieristica e medica, alle analisi agroalimentari: le innovative iniziative delle farmacie aderenti al progetto

Sono oggi 120 gli aderenti al Consorzio Farmacisti Riuniti, fondato nel 2005 nelle quattro province friulane ed estese a Treviso, Belluno e Venezia. «Il consorzio è nato inizialmente dall'unione di quindici farmacie di Pordenone, per risolvere attriti e problemi locali», ci spiega il presidente Francesco Innocente, «poi via via si è ampliato ad altre farmacie dell'hinterland pordenonese e abbiamo fatto un accordo con l'Unione farmacisti del Friuli Venezia Giulia (Uffvg) che ci ha messo a disposizione la parte logistica».

La grande crescita del Consorzio si è avuta poi ai tempi del decreto Bersani, periodo in cui i farmacisti hanno cominciato a sentire maggiormente l'esigenza di aggregazione per diventare più forti e competere con i nuovi attori presenti nel mercato: «Una difficoltà non da poco l'abbiamo incontrata nel far capire a tutti gli associati l'importanza dell'aggregazione. Questa è una battaglia che non finisce mai». Per quel che riguarda la fedeltà dei singoli alle scelte del gruppo, infatti, Innocente



Francesco Innocente,
presidente del Consorzio Farmacisti Riuniti

te ci spiega che non è sempre facile coinvolgere i colleghi in tutte le iniziative del consorzio. Far accettare l'obbligo, per esempio, di fornire i dati di *sell out* si è rivelato faticosissimo, ha generato mille sospetti e da 150 si è scesi a 120 associati.

ACQUISTI PIÙ CONVENIENTI

Le iniziative del Consorzio si snodano su due grandi linee: quella del rapporto con le aziende e quella delle attività di marketing e promozione comuni e dei servizi. «Per quel che riguarda gli aspetti commerciali, cerchiamo di identificare un modo, il più semplice possibile, perché tutti possano fare acquisti convenienti», spiega Innocente.

«L'obiettivo principale e condiviso è dare qualche opportunità in più ai piccoli, che hanno meno potere contrattuale. Questa è la nostra filosofia: i grandi hanno indubbiamente meno vantaggi in quest'ambito commerciale, ma comprendono quanto sia importante sostenere i più piccoli. Certo non chiediamo sacrifici esagerati, non vogliamo mettere in condizione i farmacisti di trattare per forza aziende che non vogliono trattare».

Il presidente ci spiega che dall'undici maggio sarà a disposizione dei soci del consorzio una piattaforma software che consente di gestire a video gli acquisti: «Siamo in pratica un distributore in più a disposizione del titolare, e trattiamo per ora solo Sop, Otc e generici forniti ai migliori prezzi concordati. Non abbiamo però un magazzino, paghiamo la logistica: Unico ci mette a disposizione una parte del suo magazzino per gestire i nostri prodotti e le nostre attività».

DAL LETTO AD ACQUA ALLA BADANTE

«Il secondo ambito di azione del Consorzio Farmacisti Riuniti è quello dei servizi, sui quali abbiamo puntato molto e che realizziamo grazie alle buone condizioni commerciali che otteniamo con le aziende. Abbiamo, per esempio, stipulato un accordo con un'azienda che fornisce ausili sanitari, dal letto ad acqua alla specifica carrozzina e, a prezzi di mercato, li facciamo consegnare direttamente a casa dei clienti» continua Innocente. Un altro servizio è stato realizzato grazie all'accordo triennale stipulato con *Clic-care*, società di assistenza sanitaria privata che mette a disposizione, tramite la farmacia, qualsiasi tipo di servizio sanitario, medico, infermieristico; addirittura le badanti o un'ambulanza,

Consorzio **Farmacisti Riuniti**

quando serve. Questo servizio costa a ciascuna farmacia 350 euro l'anno ed è su base volontaria: finora hanno aderito una sessantina di soci. «L'obiettivo che ci siamo posti, allestendo questi servizi innovativi, è stato far capire che in farmacia si può fornire altro oltre al farmaco: stiamo investendo sul futuro e a volte non è facile, si vorrebbero vedere subito tutti i risultati, l'essere pionieri comporta costi e difficoltà».

Un altro originale servizio fornito dal Consorzio è quello delle analisi agroalimentari, a un prezzo di oltre il 30 per cento in meno rispetto a quello praticato da un laboratorio di analisi: «Ab-



biamo stipulato una convenzione e forniamo al cliente un contenitore e un protocollo per prelevare il campione. Il risultato poi gli viene inviato direttamente a casa. Per il momento non pensiamo di ricavare da queste attività un vantaggio economico, è importante soprattutto fornire sempre servizi di qualità certificata, di eccellenza, scientificamente testati, non di dubbia credibilità».

Il Consorzio Farmacisti Riuniti sta realizzando anche prodotti a marchio proprio (un termometro, per esempio) e promuove ogni tipo di iniziativa con opuscoli distribuiti ai clienti delle farmacie, un magazine e anche video realizzati in collaborazione con Uts.

Cinema al Centro oncologico

Non soltanto attività di business o di servizio all'interno delle farmacie. Un'iniziativa originale e di valore è stata realizzata dal Consorzio Farmacisti Riuniti finanziando l'allestimento della sala cinematografica all'interno dell'area giovani del Centro di riferimento oncologico di Aviano, nell'ambito del progetto "Vivere bene al Cro". Ogni mercoledì, grazie alla disponibilità dei farmacisti, i giovani ospiti del centro oncologico e i loro familiari possono godere di qualche ora di svago all'interno dell'ospedale.

InFarmacia

Ecco l'ultimo nato

Operativo dal 27 aprile, il consorzio emiliano punta su informatica e nuove tecnologie per migliorare la gestione, la capacità produttiva e l'efficienza delle farmacie associate

Nato a dicembre e operativo dal 27 aprile, InFarmacia è un consorzio di 65 farmacie di Bologna, Modena, Reggio Emilia, Ferrara, Parma e Rovigo.

«Il consorzio è nato come un organismo di servizio», ci spiega il presidente Riccardo Luder gnani, «per promuovere iniziative tese a migliorare la gestione, la capacità produttiva e l'efficienza delle consorziate».

Gli obiettivi principali sono creare sinergie, affrontare meglio il mercato, migliorare l'imprenditorialità e controllare i cambiamenti in atto nel settore farmaceutico. Un "sistema", insomma, che consenta alle farmacie associate di rimanere sul mercato con maggiori possibilità e opportunità.

«Il consorzio fa capo a Unico, che è il partner tecnico intorno a cui si è creato un network di quasi 700 farmacie di tre diverse aggregazioni di farmacisti: Farmagrappo, il Consorzio Farmacisti Riuniti e InFarmacia», spiega Luder gnani. «È però importante mantenere le specificità legate al territorio, che ogni singolo consorzio può garantire». La farmacia vincente nasce da una razionalizzazione del lavoro in farmacia, da un maggior tempo dedicato ai clienti e da innovazione e creatività. Risulta quindi importante potenziare la comunicazione, più coordinata e ordinata verso i clienti, aumentare l'inte-



Riccardo Luder gnani,
presidente di InFarmacia

grazione con la filiera, migliorare i margini, fornire servizi ai soci, sviluppare modelli semplificati per agevolare il lavoro in farmacia, fornire reportistica sull'andamento del mercato, puntare su ricerca e innovazione.

«Ci siamo dati tre obiettivi principali per quest'anno», spiega Luder gnani, «il primo, sul quale stiamo lavorando in questo momento, è potenziare la partnership con alcune aziende per fare ordine nell'offerta commerciale, selezionare i prodotti, ottenere buone condizioni commerciali e migliorare il sell out delle nostre farmacie. Bimestralmente a ogni socio invieremo un report analitico dettagliato

con dati aggregati e anonimi, che permette di valutare l'andamento delle farmacie confrontandolo con lo stesso periodo dell'anno precedente e con un campione di farmacie di andamento similare».

La collaborazione con le aziende è basata sulla qualità delle aziende stesse, sulla possibilità di migliorare la gestione quotidiana degli ordini e sul riconoscimento delle operazioni commerciali promosse dal consorzio: «Lavoriamo per il momento con 15 aziende di Otc, Sop, parafarmaco e generico e ci interessa molto potenziare l'aspetto informatico per semplificare il lavoro in farmacia, anche se l'agente rimane per noi fondamentale. Le modalità di acquisto possono avvenire con *transfer order* T.o., attraverso una piattaforma informatica o direttamente». Luder gnani spiega che gli aderenti al consorzio credono molto nell'innovazione e nella tecnologia e hanno in cantiere qualche progetto anche nell'ambito dell'automazione del magazzino.

La seconda fase operativa di InFarmacia riguarderà la comunicazione comune delle 65 associate, con specifici strumenti di esposizione da terra, sul banco e a scaffale, un magazine e volantini comuni. E poi, dopo l'estate, si passerà alla fornitura di servizi nell'ambito sanitario.



Luder gnani: "Il consorzio è nato come un organismo di servizio per consentire alle consorziate di affrontare meglio il mercato, migliorare l'imprenditorialità e controllare i cambiamenti in atto nel settore farmaceutico"