

La farmacia in Italia - presente e futuro.

Introduzione a cura del Dr. G. Brunello

I numeri.

- Le farmacie in Italia sono 19.669;
- Ogni giorno entrano in farmacia 4 milioni di persone. Questo significa che gli utenti medi giornalieri di una farmacia sono 230;
- Il numero medio di abitanti per farmacia in Italia è di 3.032 contro una media europea di 3.264;
- Le farmacie nei comuni con meno di 5.000 abitanti (rurali) sono 6.700 e di queste, 4.200, sono localizzate in comuni con meno di 3.000 abitanti (rurali sussidiarie);
- Gli addetti complessivi, compresi i titolari, i collaboratori familiari ed i soci, sono 88 mila di cui 65.500 dipendenti. Importante è rilevare che di questi, 48 mila hanno la laurea in farmacia;
- La superficie media di una farmacia è di 72,90 mq con una differenziazione tra quelle urbane (80,59 mq), quelle rurali (71,34 mq) e le rurali sussidiate (53,64mq);
- Il fatturato medio di una farmacia nel 2020 è stato di 1.154.142 euro, in diminuzione rispetto agli anni precedenti, ed il reddito medio di impresa è stato pari a 119.792 euro (con una riduzione meno che proporzionale in quanto nell'ultimo periodo è aumentata la marginalità delle farmacie).

Il ruolo della farmacia.

Storicamente la farmacia ha svolto attività **di produzione, e progressivamente, di distribuzione di farmaci e prodotti connessi** che rispondevano alla domanda di "salute, benessere ed efficienza fisica".

Va sottolineato che i numeri sopra esposti danno evidenza al fatto che la farmacia è presente in modo capillare su tutto il territorio nazionale.

Ed è per questo che il "canale farmacie" può garantire un fondamentale **presidio a disposizione dei cittadini per la tutela della loro salute**.

Va ricordato e sottolineato che questo è avvenuto perchè già nei primi anni del secolo scorso, proprio al fine di garantire un servizio diffuso su tutto il territorio nazionale, è stata introdotta la così detta "**pianta organica**" imponendo, in modo molto lungimirante, il numero chiuso delle farmacie sulla base di un rapporto con la popolazione. Questo vincolo, pur modificato nel tempo, è stato fondamentale perchè anche gli abitanti dei comuni più piccoli potessero avere una farmacia almeno vicina.

Ed oggi è di tutta evidenza che, anche nella attuale pandemia, in molti comuni, la farmacia continua a costituire il primo, e spesso unico, presidio presente sul territorio.

Va evidenziato, anzi, che le esigenze professionali e la tempestività di azione richieste dalla necessità di fronteggiare il virus e la risposta efficace ed efficiente che le farmacie, in particolare quelle rurali, hanno dato, sono state importanti per far crescere negli organismi tecnici la consapevolezza sulla necessità di dare sviluppo alla:

Farmacia dei servizi.

Va ricordato che la possibilità, per le farmacie, di svolgere dei servizi aggiuntivi rispetto a quelli storicamente erogati in precedenza, era arrivata ancora nel 2009 (legge 69 e successivo decreto legislativo del 3 ottobre n. 153). Nel 2010, sono stati poi emanati tre decreti attuativi su:

- test diagnostici di prima istanza e telemedicina;
- possibilità di presenza in farmacia di operatori sanitari;
- prenotazione in via telematica di prestazioni ambulatoriali.

Ma la partenza è stata faticosa anche perchè sono mancate le risorse destinate all'attivazione di questi servizi in regime di Servizio Sanitario Nazionale.

Successivamente le esigenze portate dalla pandemia ha portato ad una accelerazione del processo anche con un ampliamento dei servizi che potranno essere offerti dalle farmacie estendendo l'area al fronte della

- prevenzione e della profilassi (test sierologici, tamponi rapidi e vaccinazioni).

Di recente anche la legge di bilancio 2020 aveva prorogato, estendendola a tutte le Regioni a statuto ordinario e al biennio 2021 e 2022, la sperimentazione triennale di nuovi servizi in farmacia, inizialmente introdotta con la legge di bilancio del 2018 solo per nove Regioni.

Questa sperimentazione riguarda:

- Servizi cognitivi con la Ricognizione sulla terapia farmacologica e il Monitoraggio dell'aderenza terapeutica;
- Servizi di front office con il Fascicolo Sanitario Elettronico;
- Analisi di prima istanza con i Servizi di Telemedicina e la prevenzione del tumore del colon retto.

Nello sviluppo dell'area dei servizi in farmacia va citato, in quanto molto importante, il riconoscimento del ruolo della farmacia fatto dal Consiglio di Stato, con sentenza del 4 gennaio 2021, con la quale ha riconosciuto che:

“la farmacia stessa è ormai un centro socio-sanitario polifunzionale a servizio della comunità e punto di raccordo tra ospedale e territorio e front office del Servizio Sanitario Nazionale”.

Queste sono però delle **“possibilità”** e, per diventare delle concrete **“opportunità”** che possono essere realizzate, devono crearsi alcune condizioni:

- una azione da parte del **SSN** per trovare le **risorse** necessarie partendo dalla consapevolezza dei vantaggi per i cittadini come conseguenza di una politica sanitaria più efficiente ed efficace ma anche dei risparmi derivanti da una azione capillare di prevenzione e di profilassi;
- una azione, altrettanto consapevole, da parte della **categoria** al fine di creare le condizioni “fisiche” per poter introdurre i nuovi servizi nelle farmacie: ad esempio la dimensione media di una farmacia pari a 72,90 mq (53,64 mq per le rurali sussidiate) è certamente una barriera allo sviluppo dei servizi;
- un programma finalizzato ad integrare le professionalità presenti in farmacia, da subito con corsi abilitanti e, in futuro, con l'introduzione di nuove materie nel corso di laurea.

Scenari futuri.

In questo contesto è necessario tenere presente che tutto questo succede in un momento in cui, la possibilità data alle società di capitale, anche di non farmacisti di essere titolare di farmacie, sta modificando in modo significativo non solo l'assetto proprietario ma, anche, il modo stesso di essere presenti sul territorio e di proporsi sul mercato.

Oggi il mercato evidenzia, soprattutto su alcune aree del paese, la presenza di soggetti che, sempre più, opereranno con nuovi modelli organizzativi:

- Le Catene proprietarie come Hippocrates, neo Apotek, Farmacie Italiane, Farmagorà, dottor Max;
- Le piccole catene proprietarie, che hanno una presenza, spesso, in ambiti locali ristretti, che fanno capo a singoli farmacisti o a società di farmacisti a ristretta base sociale;
- Le catene, di diverse dimensioni, organizzate dai comuni;
- Le farmacie in franchising, il cui esempio più importante è costituito da Lloyd;
- Le reti organizzate da Distributori intermedi o da produttori che operano in settori di nicchia che, contemporaneamente, molte volte operano direttamente sul mercato anche con catene proprietarie.

I modelli aggregativi sono quindi molteplici, ed ogni modello ha caratteristiche ed approccio al mercato diversi.

Ma le farmacie i cui titolari sono farmacisti privati indipendenti come stanno reagendo?

Quale futuro potranno avere?

Giustamente la reazione di tutti i titolari di farmacia è di preoccupazione.

A volte, anche di paura..... per il timore di rimanere con il cerino in mano acceso e, in conseguenza, anche difretta per non perdere l'opportunità di una offerta che ha ampiamente sforato, nella valutazione, i tetti degli anni fino al 2017.

E questo ha provocato, in alcuni casi, reazioni istintive nel dilemma vendo o non vendo anche perchè si è diffuso l'intervento, spesso pressante, di tante persone che si sono inserite in questo "affare" con una azione "porta a porta".

Ma esistono alternative alla vendita per chi vuole rimanere farmacista privato indipendente?

Esperienze di aggregazioni di farmacisti privati indipendenti ci sono state nel passato: non va dimenticato che anche il Consorzio Farmacie Riunite è nato come un modello di aggregazione con lo scopo di aumentare il potere contrattuale delle farmacie aderenti, e quindi la loro capacità di acquisto, ma che, più di recente, si è anche evoluto selezionando, proponendo ed erogando servizi ai consorziati, con ottimi risultati. Io ricordo le prime riunioni con i pochi soci fondatori che stavano tutti attorno al tavolo quadrato dello studio di Pordenone e le perplessità e difficoltà iniziali.

Oggi ci sono più di 200 consorziati, che operano in Friuli Venezia Giulia e nel Veneto.

Ma non solo nelle farmacie abbiamo modelli di successo.

Prima ancora, nella distribuzione alimentare, si può far riferimento al caso CONAD, una aggregazione che è partita dal basso, dagli alimentaristi, ancora nella fine degli anni '60 del secolo scorso. CONAD, oggi, è in grado di competere con i grandi operatori del settore della distribuzione.

Piccolo quindi può non essere brutto, importante è trovare il modello giusto che dia valore alle diversità e spazio all'imprenditore (nel caso dei farmacisti al professionista che è anche imprenditore).

L'obiettivo base è dare valore alle capacità dell'imprenditore-professionista lasciando allo stesso gli stimoli di chi lavora per sé e che trova la sua remunerazione nell'utile della sua impresa (farmacia).

Ma anche, attraverso la aggregazione di rete, raggiungere le dimensioni necessarie per:

- aumentare il proprio potere di acquisto e, quindi, riuscire a comperare meglio migliorando i propri margini;
- dare valore e riconoscibilità al livello di servizio che gli appartenenti alla rete erogano;
- e quindi migliorare e rendere più efficiente la capacità di interagire e comunicare con il territorio.

In questo modo la aggregazione in rete è una soluzione per rimanere indipendente e migliorare la capacità di competere sul mercato.

In questo contesto è essenziale dare valore e risalto al **ruolo sociale della farmacia**, farsi riconoscere e creare un legame più stretto e personalizzato con il proprio territorio.

La farmacia non vende beni di largo consumo, vende un servizio anche quando vende prodotti e deve diventare sempre più professionale e questo deve essere riconoscibile ma anche riconosciuto.

La rete dovrà essere funzionale a questo obiettivo.

Evidenzio che la rete può diventare una opportunità anche per le piccole catene proprietarie di farmacisti privati indipendenti.

In questo modo 1 + 1 potrà fare 3 e piccolo potrà diventare bello ed efficiente!

Efficiente? È possibile oggi migliorare l'efficienza?

Gli strumenti oggi ci sono: devono essere conosciuti, saper interpretare le informazioni che danno ma, poi è importante fare le scelte e comportarsi di conseguenza.

Quali sono le aree nelle quali è possibile intervenire e portare dei miglioramenti?

La rete porterà, come abbiamo visto dei miglioramenti:

- nel potere di acquisto;
- Nella capacità di comunicare con il territorio;
- Nell'ampliamento dei servizi.

La singola farmacia potrà:

- ottimizzare la propria offerta di prodotti e di servizi;
- Migliorare l'utilizzo delle risorse professionali ed umane;
- Migliorare la propria marginalità.

Forniamo ora alcuni dati di riferimento ricavati da un campione di farmacie del triveneto.

Andamento dei ricavi nel 2020

Il 2020, rispetto all'anno precedente ha fatto registrare una contrazione media dei ricavi pari al **-3,5%**.

Le Farmacie hanno registrato un aumento delle vendite durante la prima fase di lock down, per poi ritornare nei mesi successivi progressivamente a livelli più bassi.

Impatto del lock down differenziato in funzione della ubicazione della Farmacia

È utile sottolineare un elemento importante: mai come in questo periodo l'andamento medio è stato il risultato di situazioni estremamente differenziate tra le singole Farmacie.

Accanto alle Farmacie che hanno registrato un andamento simile alla media generale, alcune Farmacie hanno registrato incrementi dei ricavi significativi ed altre invece hanno subito forti riduzioni (anche a doppia cifra).

In linea generale:

- Sono cresciute principalmente le Farmacie che hanno intercettato l'incremento della domanda costituita dallo spostamento presso le Farmacie di prossimità, come le Farmacie situate in comuni-satelliti di capoluoghi; in periferie di medie e grandi città.
- Hanno ridotto i ricavi in maniera superiore alla media le Farmacie situate in città turistiche; ubicate in zone centrali ad alta intensità di uffici, che hanno sofferto delle limitazioni della mobilità dovuta al lock down.

Andamento a Giugno 2021

Ricavi

A fine giugno 2021 il campione ha fatto registrare una contrazione dei ricavi pari al **-2,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso,

E' da notare che **nel primo trimestre** la contrazione dei ricavi è stata **del -9,5%**, influenzata dalla riduzione della mobilità dovuta alle misure lock down.

Il secondo trimestre ha registrato una ripresa, con un **+5,9%** dei ricavi rispetto al secondo trimestre del 2020.

Il risultato complessivo del semestre è del -2,4%, come prima indicato.

Margine Commerciale Lordo

Nel primo semestre del **2021** il margine commerciale lordo è attestato al **40,9%** dei ricavi.

Tale dato è migliorativo rispetto al primo semestre **2020**, in cui si era registrato il **39,9%**.

Il miglioramento del margine percentuale ha fatto sì che, a fronte della riduzione dei ricavi del -2,4%, il valore monetario del margine (margine assoluto), sia restato sostanzialmente invariato tra il 2020 e il 2021.

Incidenza Vendita con Ricetta

Nel primo semestre 2021 i ricavi sono stati generati per il **51,5%** dalle vendite **con ricetta** (36% ricetta elettronica o rossa; 15,5% con ricetta bianca). La **vendita libera** incide per il restante **48,5%**.

Incidenza del Magazzino

Nel primo semestre 2021 il valore medio del costo del magazzino è stato pari al **11% dei ricavi**.

E' da segnalare che **nei casi più efficienti** si sono registrati valori pari al **7,5% - 8%**.

Scontrino medio per dipendente

In un campione focalizzato sulle prestazioni dei collaboratori, si è rilevato un valore **medio dello scontrino pari a 28 €** (per singolo collaboratore / scontrino), con casistiche che **oscillano tra i 24,7 € e i 33 €** del valore medio dello scontrino per singolo collaboratore.