



Il ritratto della salute

Fotografia di una crisi:
la distribuzione intermedia a rischio

Alessandro Rosso

Head of Marketing & Private Label | FederFARMA.CO

Conflitti – Tensione Fra Potenze - Costo del Denaro



Domenica – 27 ottobre 2024



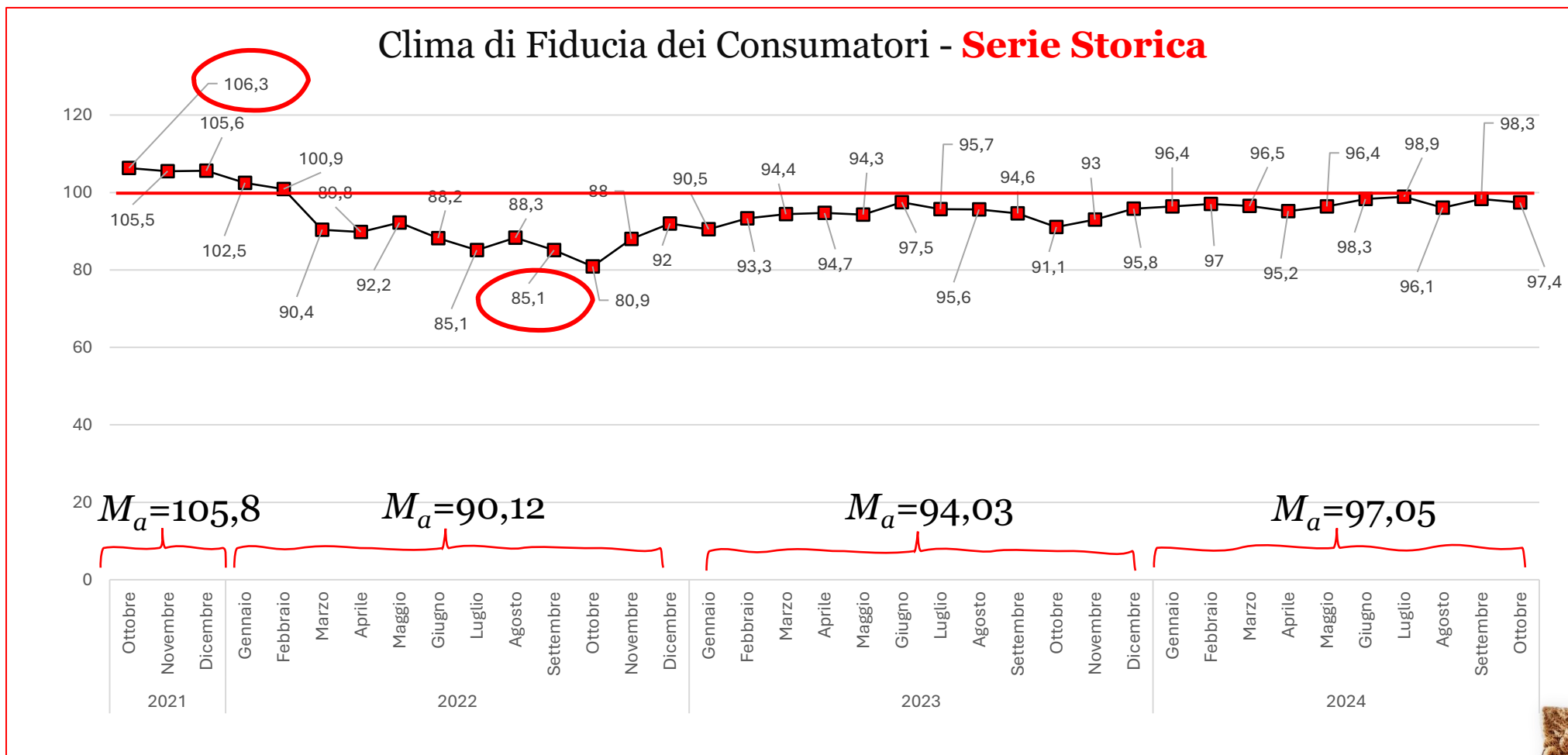
Venerdì – 25 ottobre 2024



Giovedì – 24 ottobre 2024



Fiducia di consumatori e delle imprese – Ottobre 2024



Source: [Fiducia dei consumatori e delle imprese – Istat](#) – Elaborazione AR su tavola Istat | Ottobre 2024

Fiducia di consumatori e delle imprese – Ottobre 2024

	2024				
	giu	lug	ago	set	ott
INDICI					
CLIMA DI FIDUCIA (a)	98,3	98,9	96,1	98,3	97,4
Clima economico	105,3	105,6	102,3	103,9	99,7
Clima personale	95,8	96,5	93,8	96,3	96,6
Clima corrente	98,1	98,5	96,3	99,0	99,2
Clima futuro	98,7	99,4	95,7	97,4	95,0
COMPONENTI					
SALDI					
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia	-65,7	-60,8	-62,9	-58,4	-63,9
Attese sulla situazione economica dell'Italia	-24,4	-24,1	-34,5	-29,5	-37,0
Attese sulla disoccupazione	+11,9	+15,6	+19,0	+20,5	+27,6
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-31,0	-29,2	-31,1	-30,7	-28,9
Attese sulla situazione economica della famiglia	-12,5	-11,6	-14,5	-13,4	-13,7
Giudizi sul bilancio familiare	+12,2	+17,0	+11,2	+16,9	+19,6
Opportunità attuale del risparmio	+145,9	+142,4	+130,2	+139,1	+139,5
Possibilità future di risparmio	-8,8	-0,8	-11,7	-3,6	-6,6
Opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli	-66,3	-69,9	-70,5	-62,8	-60,6

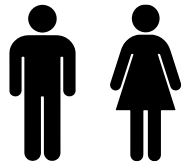
(a) Il clima di fiducia è la sintesi dei climi economico e personale o, alternativamente, dei climi corrente e futuro.



Lunedì - 28 ottobre 2024

Source: Fiducia dei consumatori e delle imprese – Istat – Elaborazione AR su tavola Istat | Ottobre 2024

«Economia sommersa ed evasione incidono sulla quota di chi è a basso reddito»



59 mio
residenti in Italia
(ca. 10 mio)

42 mio (71%)

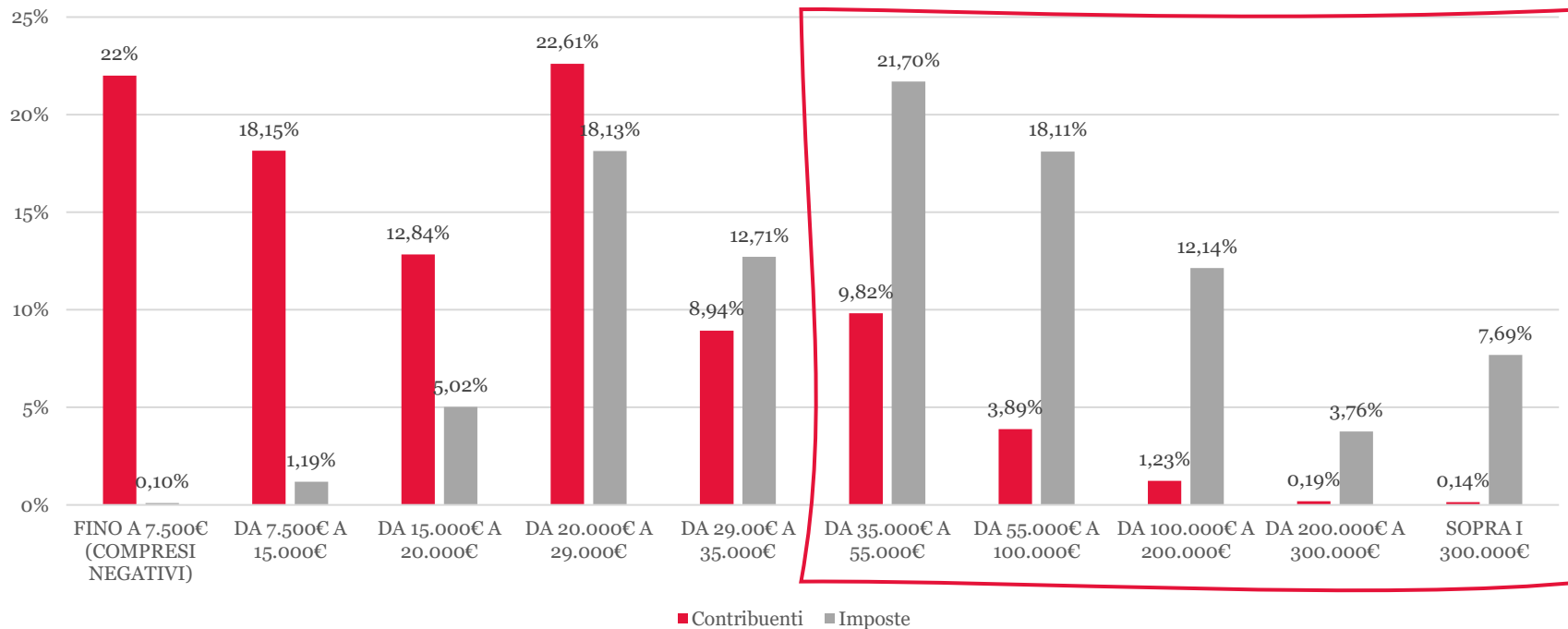
dei contribuenti che presentano una
dichiarazione dei redditi



24%
dei contribuenti

Paga il 75%
di tutta l'IRPEF

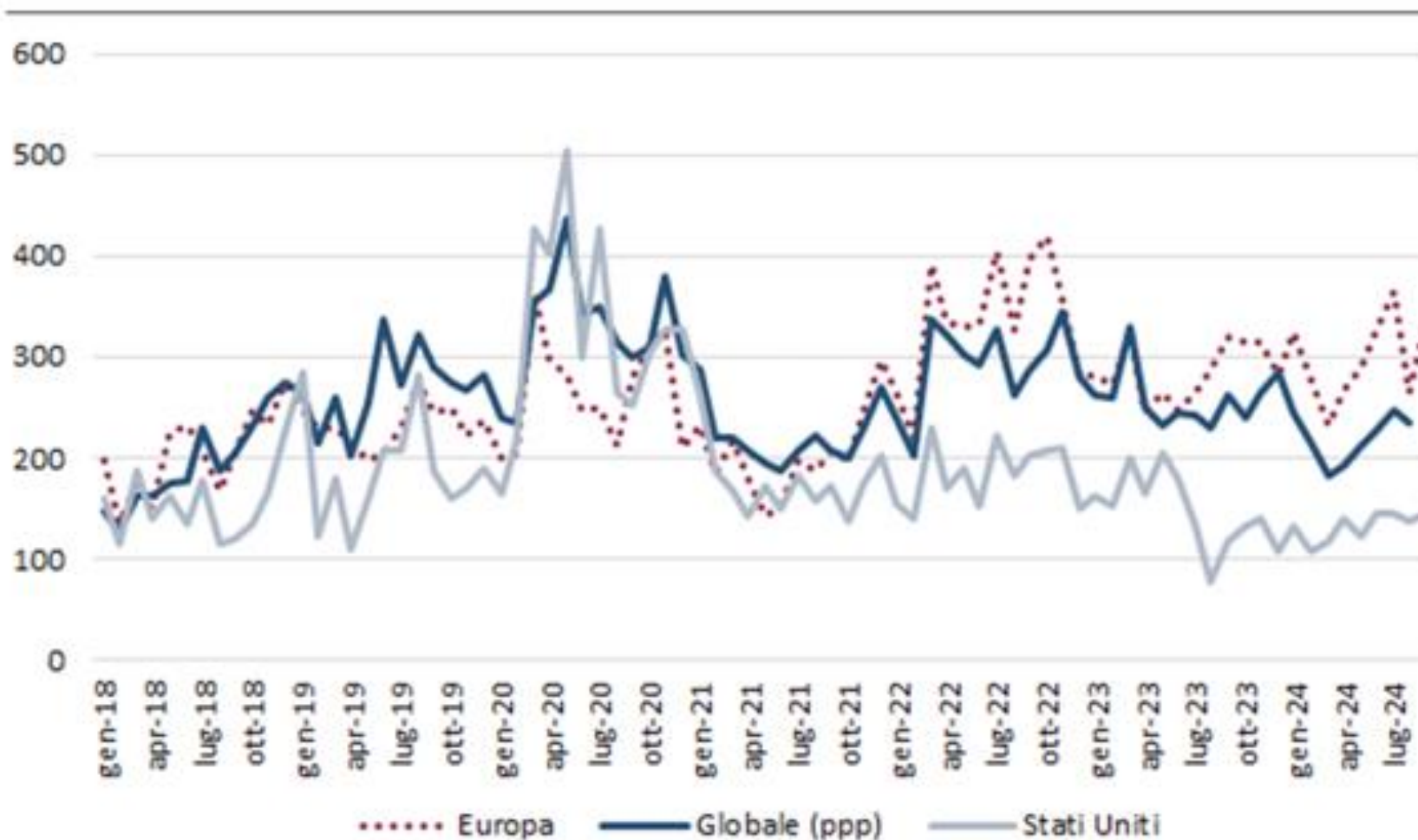
Ripartizione Imposte / Contribuenti



CORRIERE DELLA SERA
Domenica – **3 novembre 2024**

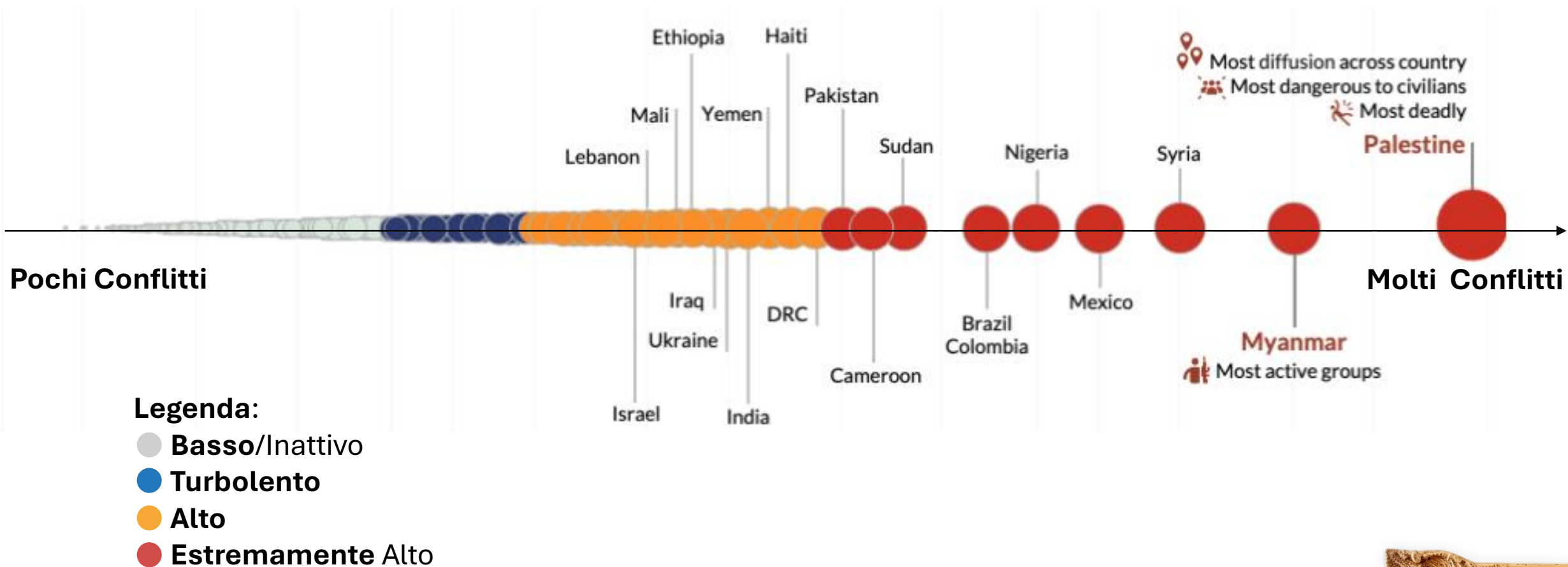


Economic Policy Uncertainty Index



Source: [Economic Policy Uncertainty Index](#) | UFFICIO PARLAMENTARE DI BILANCIO

ACLED: Conflict Index, countries rankings (2024.07)

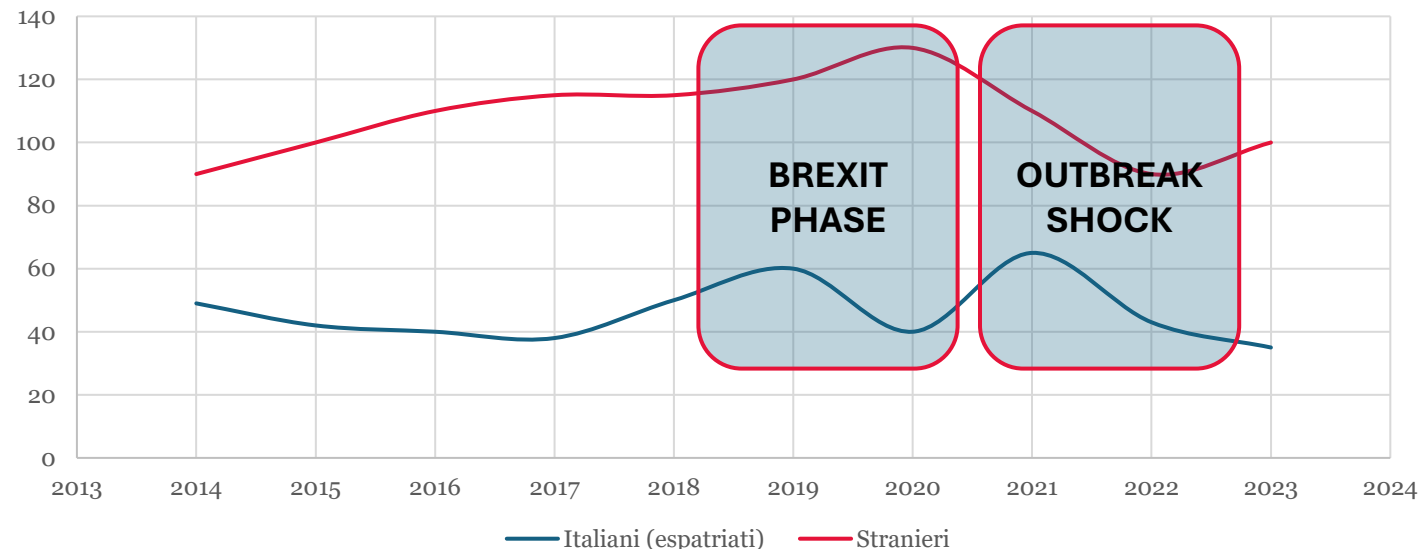


Source: [Conflict Index Results: July 2024 - ACLED](#)



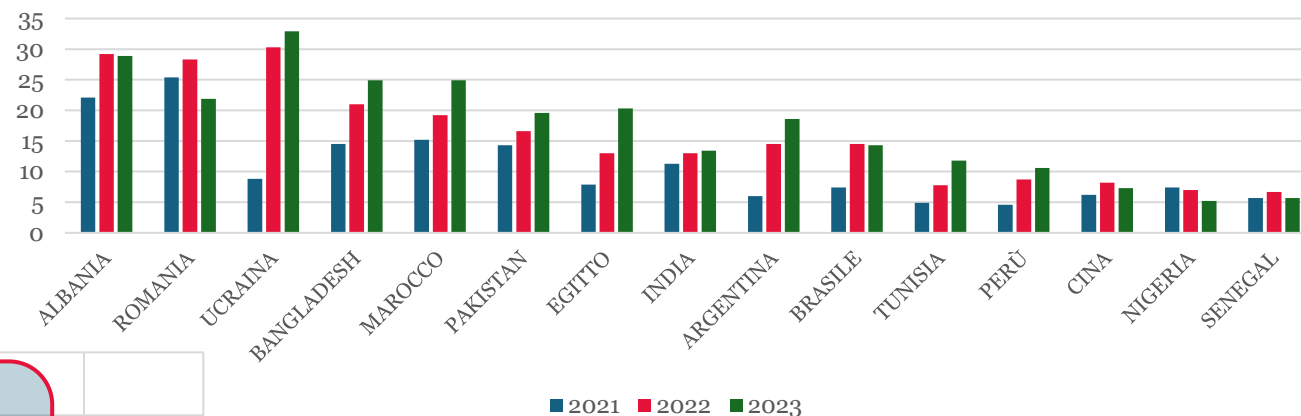
Intensi flussi di immigrazione straniera, in lieve ripresa mobilità interna ed espatri

EMIGRAZIONE DEI CITTADINI ITALIANI E STRANIERI
Anni 2014 – 2023. Valori assoluti in k unità



IMMIGRAZIONE DEI CITTADINI STRANIERI PER PAESI DI PROVIENZA

Anni 2021, 2022, 2023. Valori Assoluti in k unità

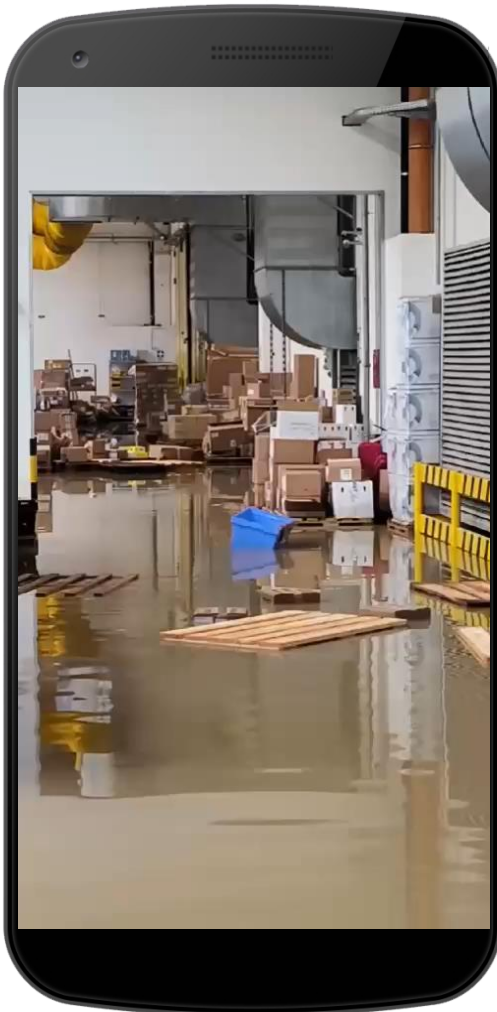


Source  MINISTERO DELL'INTERNO



Climate Change

Magazzino Farmacentro
Bologna, 19.10.2024



LA STAMPA
Lunedì 28 ottobre 2024

Meloni: i giudici contro di me
Migranti, oggi il decreto sui Paesi sicuri per stoppare le sentenze. Mattarella avverte: serve il dialogo

Le lacrime dell'Emilia
La furia dell'acqua imprigionata dall'anno

Orfani della matita di Staino
cantore dei sogni degli ultimi

ACQUISTIAMO ANTIQUARIATO orientale ed europeo

Lunedì – 28 ottobre 2024

Giovedì – 31 ottobre 2024

Venerdì – 1 novembre 2024



Il ritratto della salute

EL PAÍS

EL PERIÓDICO GLOBAL

Fundado en 1976 Año XLIX Número 11.262 Edición Madrid 3.000 euros Viernes 1 de noviembre de 2024

LOS MUERTOS POR LA CATÁSTROFE ASCIENDEN A 158

La peor tragedia en décadas

- Los desaparecidos se cuentan aún por decenas en zonas anegadas de Valencia de difícil acceso
- Un ministro usa el desastre para exculpar a Mazón y responsabiliza a los organismos del Gobierno
- Un ministro se incorpora al comité valenciano de coordinación y el Ejército envía otros 500 militares

La fiscalidad del diésel se elevará para igualar la de la gasolina
Las subidas de impuestos previstas darán 4.500 millones

La gran banca logra aumentar su beneficio casi un



EL PAÍS

EL PERIÓDICO GLOBAL

Fundado en 1976 Año XLIX Número 11.262 Edición Madrid 3.000 euros Viernes 1 de noviembre de 2024

LA PEOR GOTÁ FRÍA DEL SIGLO CAUSA ESTRAGOS



Casi 100 muertos por la dana

- Valencia sufre el mayor impacto y se busca a decenas de desaparecidos
- La Generalitat envió la alerta ocho horas después de que la lluvia desbordara barrancos
- Tres de las víctimas fallecieron en Cuenca, Albacete y Málaga

País (Valencia)
En el epicentro de la tragedia: "La coga de la mano, pero la corriente se la llevó"

Letur (Albacete)
"Hicimos una cadena humana y veía los coches estamparse. Así me salvé"

Aldaya (Valencia)
"Hicimos una cadena humana y veía los coches estamparse. Así me salvé"



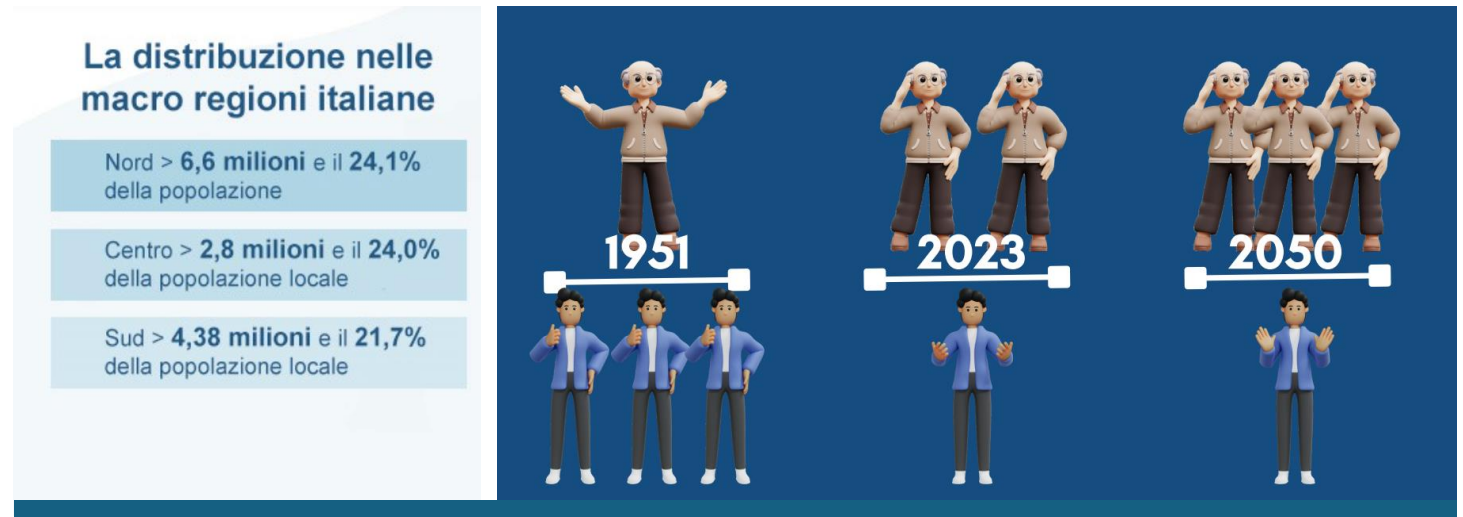
Valencia (ESP)
01.11..2024

Martedì
NOVEMBRE



Population ageing: opportunity or challenge?

- **1 su 4 appartiene alla silver economy** (ca. 13 mio italiani di cui 23% vive da solo) a cui si aggiunge la **sempre inferiore natalità presente nel nostro paese** (ogni 10 donne che dichiarano di non avere figli 2 sono *childfree*, 8 sono *childless*)
- **Nel 2050 sarà 1 su 3 apparterrà alla silver economy.**
- Ciò significa che i **costi per il «silver caring» sono inesorabilmente destinati ad aumentare**

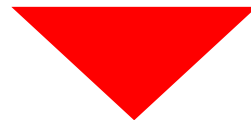


Population ageing: opportunity or challenge?

The silver economy is not one of the «markets» but rather a transversal «economy» that is shaping all markets and sectors, in particular housing, transport, food, insurance, technology, health (e-health), communications, sport, leisure and travel.

non è uno dei «mercati», ma piuttosto un «economia» trasversale che sta plasmando tutti i mercati e i settori, in particolare l'edilizia abitativa, i trasporti, l'alimentazione, le assicurazioni, la tecnologia, la salute (l'e-health), le comunicazioni, lo sport, il tempo libero e i viaggi

(Katerina Serada - Rome Business School & Sdg Hub (Center for Sustainable Economies and Innovation))



OGGI:

50+ yo → contribuiscono al PIL 45 *billion* di USD
(23 bio da reddito da lavoro)

ENTRO 2050:

50 + yo → contribuiranno al PIL 96 *billion* di US
(53 bio da reddito da lavoro)

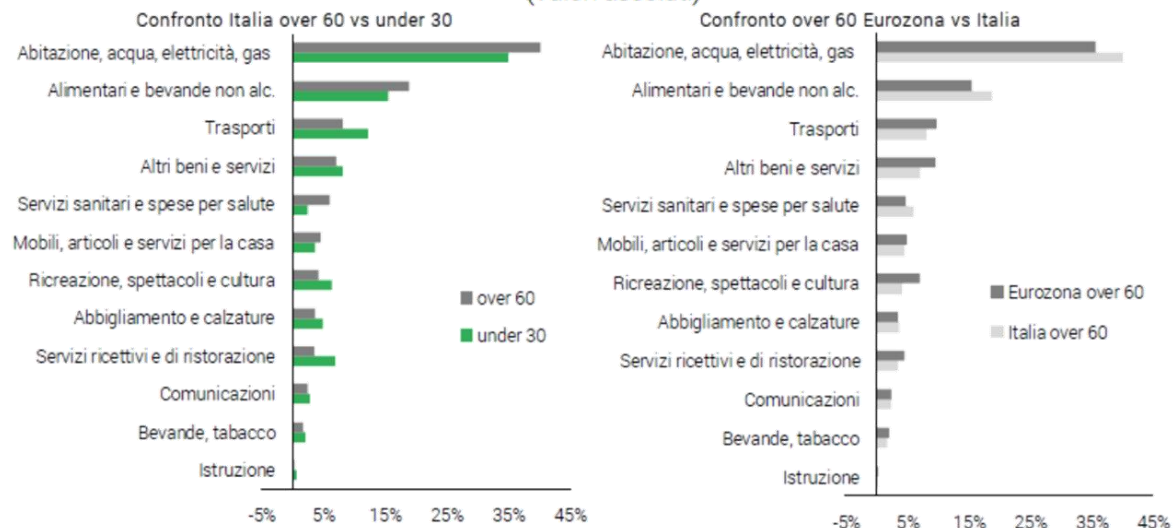
Population ageing: opportunity or challenge?

Si classifica al primo posto come spesa nella silver economy (2571€/mese famiglia media VS 2700 €/mese) in silver economy

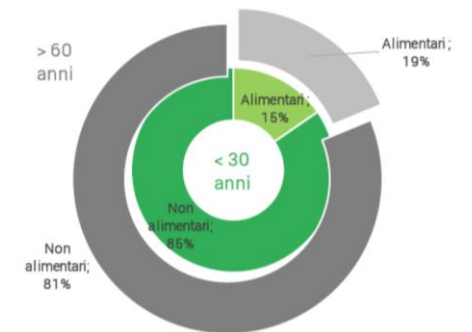
Source Katerina Serada - Rome Business School & Sdg Hub (Center for Sustainable Economies and Innovation)

La composizione del paniere di consumi degli over 60 rispetto agli under 30

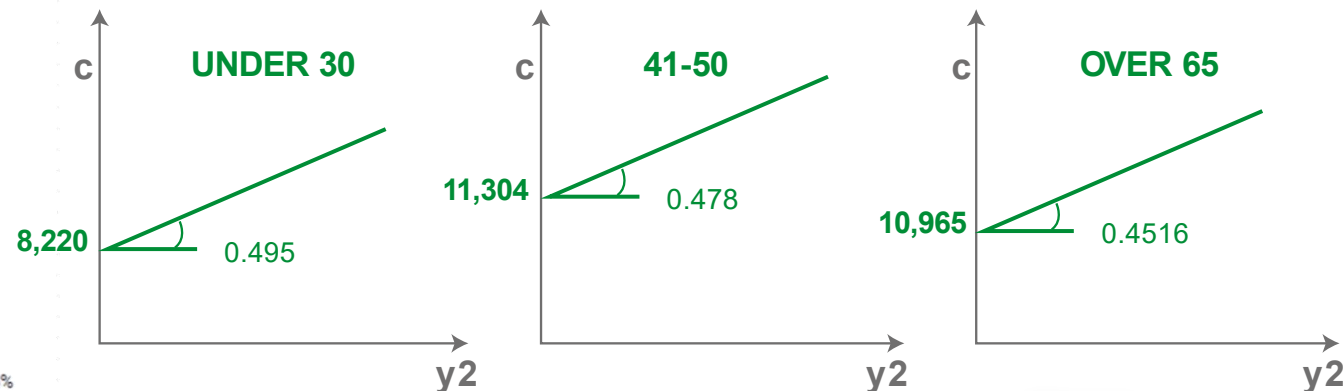
(Valori assoluti)



Distribuzione della spesa tra alimentari e non alimentari (Valori %)



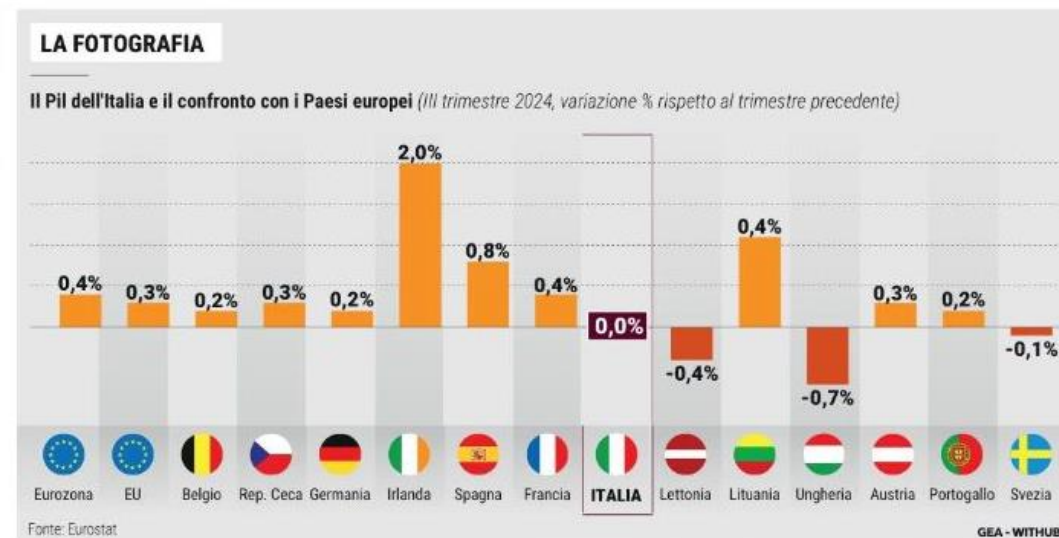
Consumo autonomo e propensione al consumo per fascia di età (Valori in euro e valore assoluto)



Source: Centro Studi Confindustria, 2022 - L'economia della terza età: consumi, ricchezza e nuove opportunità per le imprese

PROIEZIONE SUL NOSTRO PAESE

- Le **ultime stime di Banca d'Italia** identificano una **crescita del PIL dello 0,6 per cento** (0,8 prefigurano un'accelerazione nel biennio successivo), in cui il prodotto si espanderebbe cumulativamente di oltre il 2 per cento.
- L'attività sarebbe sostenuta principalmente dai **consumi**, sospinti dal **recupero dei redditi reali**, e dalle **esportazioni**, in presenza di un aumento della domanda estera; risentirebbe dell'indebolimento degli investimenti in abitazioni dovuto al ridimensionamento degli incentivi all'edilizia residenziale.
- L'**inflazione** al consumo si manterrebbe **bassa, all'1,1 per cento** nel 2024 e all'1,6 sia nel 2025 sia nel 2026. La discesa rispetto allo scorso anno rifletterebbe in larga misura il ridimensionamento dei prezzi dei **beni energetici e dei costi intermedi**.
- I consumi delle **famiglie**, stagnanti nella media dell'anno in corso, **aumenterebbero nel prossimo biennio a tassi lievemente superiori a quelli del PIL**, grazie al recupero del potere d'acquisto. Gli investimenti risentirebbero di condizioni di finanziamento ancora restrittive, seppure in miglioramento



La Stampa | **Giovedì 31 ottobre**
Previsioni PIL Q1-Q2-Q3



... CHE NON VIVE SOLO DI TURISMO


Top 10 | Potenze Internazionali

Pos.	Paese	Lista del FMI (\$US, miliardi)	Anno
1	 Stati Uniti	27.358	2023
2	 Cina ^[2]	17.662	2023
3	 Germania	4.457	2023
4	 Giappone	4.213	2023
5	 India	3.572	2023
6	 Regno Unito	3.345	2023
7	 Francia	3.032	2023
8	 Italia	2.256	2023
9	 Brasile	2.174	2023
10	 Canada	2.140	2023

Source: FMI – Fondo Monetario Internazionale | [Download entire World Economic Outlook database: April 2024](#)
I valori sono stati arrotondati all'intero più vicino

In **Italia, OTTAVA** potenza mondiale, la crescita del turismo nell'ultimo trimestre (quello estivo) a fronte dell'aumento dei prezzi medi (vs salari fermi da anni), si ravvisa in **decremento rispetto al pari periodo precedente con oltre 3,3 mio di turisti in meno** che hanno scelto di pernottare nel sistema alberghiero ed extra alberghiero con una spesa turistica complessiva in **decrescita di 129 billion €** rispetto all'anno precedente.

Source, Demoskopica

 La questione delle infrastrutture, dei trasporti, delle concessioni rispetto agli stabilimenti balneari, della mancanza delle risorse idriche, dell'aumento dei prezzi nel Paese, pesano ovviamente negativamente sul settore.

SE QUESTO È LO SCENARIO: *Should I stay or Should I go?*



QUALE
STRADA
PRENDERE

?



I WANNA STAY!



Sopra: Farmacia degli Stemmi, già Alleanza Cooperativa Torinese N. 7
Va Po 31, Torino
A sinistra: Regia Farmacia Masino - Via Maria Vittoria, 3, 10123 Torino

Perché tutto evolve



FARMACIA DI SIENA
Via Gino Capponi, 65
Roma



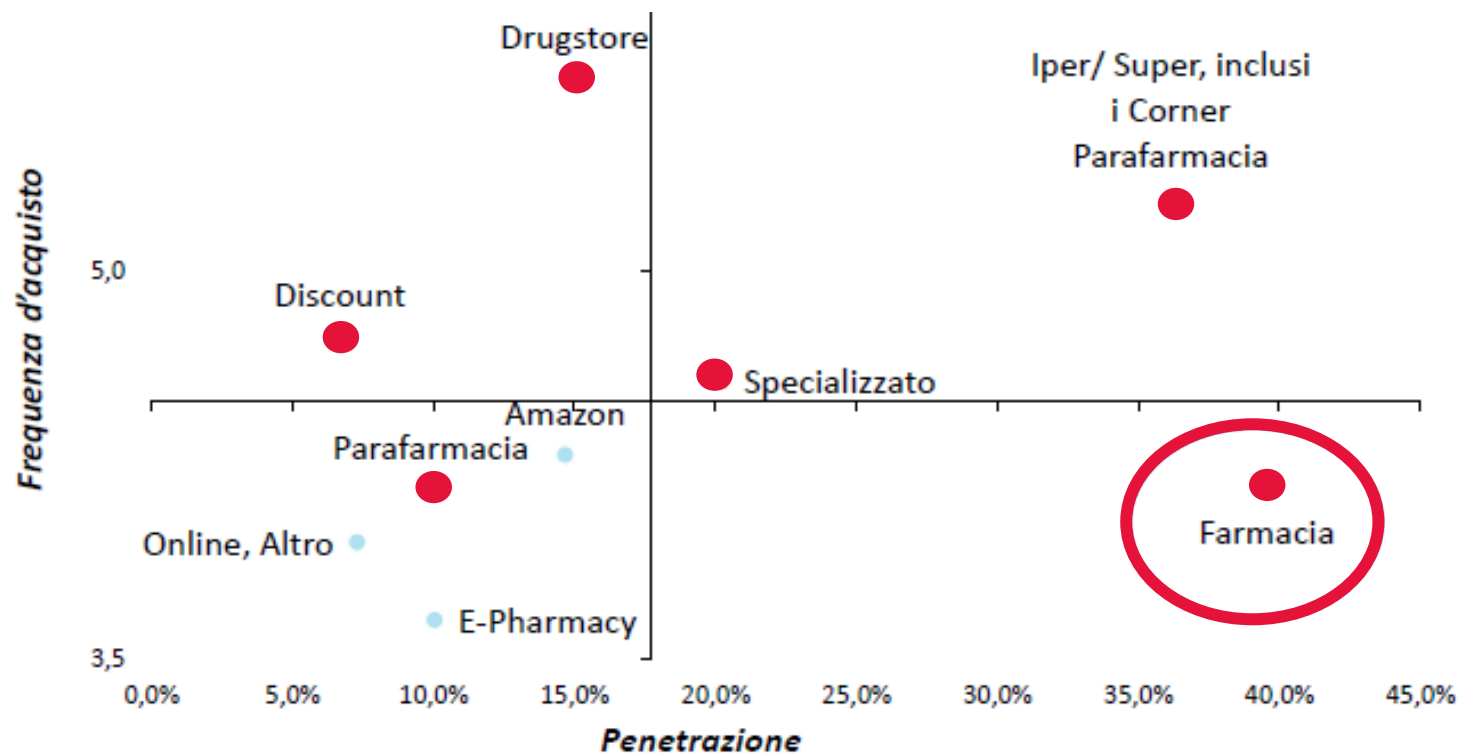
Il ritratto della salute

19 Martedì
NOVEMBRE



In un arena competitiva sempre più complessa,

Mercato Consumer Healthcare



Penetrazione media ponderata Prodotti Healthcare, fatto 100 la popolazione maggiorenne
Source: Generation Next – Trade Lab | Marzo 2024

L'Arena competitiva è sempre più complessa affollata di player, dove si assiste:

- ↑ Pressione **Competitiva**
- ↑ **Complessità** Gestionale
- ↑ **Sovrapposizione** tra **canali** da parte del cittadino

(le scelte cambiano in base a motivi ed occasioni di acquisto)

ed in più...

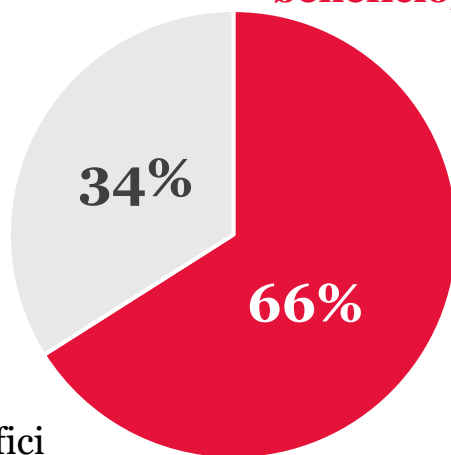
Si è ridotto l'acquisto esclusivo con ricetta medica (-9%) e

1 cittadino su 2,5 acquista prodotti commerciali

la farmacia *gioca* un ruolo cruciale.

- Si sta assistendo ad un **approccio differente** della **farmacia**, **dove le attività considerate sperimentali** dal D. Lgs. del 2009 (D.Lgs. 153/2009) **stanno diventando finalmente strutturali**, diventando realmente parte integrante del sistema sanitario nazionale.
- Ne consegue che oltre **l'80% delle farmacie del territorio** è propensa ad **ampliare** i propri servizi oggi offerti ai cittadini.

Il cambiamento rappresenta un **beneficio/valorizzazione** del ruolo



Le **difficoltà** sono **maggiori** dei benefici

PICCOLE	MEDIE	GRANDI
64%	64%	80%
INDIPENDENTI	NETWORK	
65%	73%	
TITOLARE	COLLABORATORE	
67%	57%	

« Testimonianze Autorevoli

«si è rivolto alle farmacie circa il 50% dei vaccinati, permettendo al cittadino di trovare un punto comodo, sicuro, nel quale vaccinarsi facilmente»

A. Mandelli – Presidente Fofi

«La partenza della campagna vaccinale in Liguria ha trasformato in strutturale l'attività con oltre 20k vaccinazioni in due settimane di attività diventando realmente uno dei servizi centrali al cittadino»

F. Massa – Direzione Federfarma Liguria »

Source: Pharmacy Scanner- Servizi, Ipsos: farmacisti propensi a offrirli, ma continuano a pesare carenze di personale e spazi

Ma ancor prima... Farmacia = *fiducia* + *prossimità*



TRUST

50% dei cittadini sceglie la **propria farmacia** per il rapporto fiduciario con il farmacista (*)



PROXIMITY

18% dei cittadini sceglie una **qualsiasi farmacia** (*) dimostrando come la farmacia rappresenti davvero il **punto strategico granulare** di **sanità territoriale sul territorio**.



POINT OF CARE

70% delle farmacie (*) è coinvolta in progetti di sperimentazione della **FdS (**)** o ha manifestato interesse a parteciparvi, diventando quindi **pionieri** nell'innovazione che **diventa strutturale e parte della professione**

Aumentano i cittadini, quindi, che richiedono servizi differenti alla farmacia, **su tematiche precedentemente gestite dai *general practitioner*** (MMG)

(*) 6° Rapporto Annuale sulla farmacia – Cittadinanza Attiva | Panel composto da 1500 farmacie – 4000 cittadini
(**) Farmacia dei Servizi

per l'erogazione di servizi e non solo per dispensazione.



90% delle farmacie attive^(*) offre questo servizio

HEALTH MONITORING



> 90% per la **pressione sanguigna**



> 80% per la misurazione di **peso** e **BMI**



> 80% esami diagnostici di base
glicemia, colesterolo, trigliceridi



70% delle farmacie attive^(*)
offre questo servizio

BOOKING (CUP)



46% delle farmacie attive^(*)
esegue **vaccinazioni antifu**

VACCINE

con oltre:



500k prestazioni
erogate in telemedicina ^(**)

^(*) 6° Rapporto Annuale sulla farmacia – Cittadinanza Attiva | Panel composto da 1500 farmacie – 4000 cittadini

^(**) Fonte HTN – Hp di quota mercato del 70%, possono esser ipotizzate 700 k prestazioni in telemedicina. Anno 2023

Nel ruolo della nuova Farmacia



SCREENING
PREVENZIONE



EDUCAZIONE
SANITARIA



SALUTE
LUOGO DI SALUTE E SERVIZI



DISTRIBUZIONE
INTERMEDIA

FORTE, SOLIDA, UNITA, STRUTTURATA



Il ritratto della salute

Fotografia di una crisi:
la distribuzione intermedia a rischio

Salvatore Cassisi

Chairman | Sistema Farmacia Italia

SFI: Pharmaceutical Care&More



Un **sistema integrato** di **farmacie indipendenti** ma **coordinate**, urbane e rurali, vicine al paziente e attive in **progetti** di **pharmaceutical care** di alto valore, per contribuire in **concreto** allo sviluppo di un **forte e coeso sistema sanitario territoriale e nazionale**.

- FARMACIE GEN 23: **1.448**
- FARMACIE OTT 24: **1.566**
- FARMACIE URBANE: **65%**
- FARMACIE RURALI: **35%**
- REGIONI RAPPRESENTATE: **20/20**



(*) In fase di ultima definizione

Con uno sguardo fuori dai confini

ESTERO

In Inghilterra continua l'emorragia di farmacie: 177 in quattro mesi

16 Maggio 2024

In Inghilterra la crisi delle farmacie continua a tenere banco. Secondo una stima lanciata ieri dalla National pharmacy association, nel 2024 il numero delle sedi che chiuderanno aumenterà di oltre il 50% rispetto all'anno scorso, per una cifra che non ha precedenti nella storia del servizio farmaceutico britannico. Invitano a tale previsione i dati del Nhs relativi al primo quadrimestre: tra gennaio e aprile hanno chiuso i battenti 177 farmacie, oltre 60 in più rispetto rispetto alle 116 dello stesso periodo del 2023. «In sostanza» ha osservato la Npa «ogni settimana chiudono 10 esercizi».

La colpa di questi tassi di chiusure, spiega l'associazione sindacale, è sempre «dell'aumento dei costi e del calo dei finanziamenti pubblici, il cui valore in termini reali è calato del 40% nell'ultimo decennio». Senza una vera inversione di tendenza negli stanziamenti, ha detto ancora la Npa, «le farmacie dovranno chiudere definitivamente i battenti, perché hanno sempre meno opzioni disponibili per sopravvivere».

Pharmacy
SCANNER

Da Rite Aid a Well Pharmacy e Boots, nei paesi anglosassoni continua la crisi delle catene

Filiera

13 Maggio 2024



Farmacie (di catene e non solo) ancora in crisi nei Paesi anglosassoni, dove chiusure e razionalizzazioni rimangono all'ordine del giorno. Negli Usa per esempio è del mese scorso la notizia che Rite Aid, terza insegna del paese con oltre duemila filiali, si appresta a chiudere altre 53 farmacie in aggiunta alle 200 circa già dismesse dall'ottobre scorso, quando ha avviato la procedura di concordato. La catena, ha dichiarato un portavoce alla rivista americana *Drugstore News*, «valuta regolarmente l'andamento delle sue vendite al dettaglio per verificare che la gestione proceda in modo efficiente. In accordo alla procedura concordata con il tribunale, abbiamo notificato alla Corte la prossima chiusura di alcune sedi dalle prestazioni insoddisfacenti, per ridurre ulteriormente i costi e rafforzare la performance finanziaria complessiva. Al momento non abbiamo preso alcuna decisione su ulteriori chiusure come parte del nostro processo di ristrutturazione finanziaria».



Ph **R** | PharmaRetail
news & marketing

HOME CHI SIAMO DATI FARMACIA DATI GDO NEWS EVENTI RUBRICHE FOCUS ARC

Home » News » Francia, continuano senza sosta le chiusure di farmacie. In Italia al momento il trend è opposto

Francia, continuano senza sosta le chiusure di farmacie. In Italia al momento il trend è opposto

16 Ottobre 2024 | Redazione

La redazione



La notizia fa il paio con quella di qualche settimana fa, che evidenziava come il 70% dei Comuni francesi fosse privo sia di farmacie che di medici di base. Ora *Le Quotidien du Pharmacien* torna sull'argomento riprendendo uno studio dell'istituto Altarés, specializzato nell'analisi dell'andamento delle attività di impresa.

Ebbene, dall'indagine risulta che nel terzo trimestre del 2024 hanno chiuso i battenti ben 18 farmacie, il 38% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Una percentuale che pone il settore al terzo posto tra quelli più in crisi dopo il commercio di articoli sportivi e le autoscuole. Precisando che la classifica non riguarda i settori dell'alimentare e dell'abbigliamento. Allargando lo sguardo, lo studio parla di 13.400 imprese che hanno chiuso tra giugno e settembre, il 20% in più rispetto al 2023. A soffrire di più le imprese con un massimo di nove dipendenti, così come quelle di più vecchia data rispetto a quelle con meno di tre anni di età.

Com'è disegnata, quindi l'arena competitiva?



QUALE JOURNEY?



- Aggregazione
- Multicanalità
- Formazione
- Pharmaceutical Care

Aggregazione: il valore della centrale oggi



46 listini
gestiti
40 € mio / mese
turnover



2 linee
di **private label**



FARLA



> 100 mio pz
movimentati/y

250k pz
movimentati/day



35 destinazioni
servite settimanalmente

FEDERFARMACO



20 soci

> 40% m.s.

> 9k farmacie socie/clienti

Source: Libro Soci, FederFARMACO | November 2024



Il valore della centrale grazie ai nostri partner



TECHNICAL PARTNER



Il ritratto della salute

19 Martedì
NOVEMBRE



Ripartendo da



SCREENING
PREVENZIONE



EDUCAZIONE
SANITARIA



SALUTE
LUOGO DI SALUTE E SERVIZI



DISTRIBUZIONE
INTERMEDIA

FORTE, SOLIDA, UNITA, STRUTTURATA

FEDERFARMACO



A sostegno della Farmacia

200

i cittadini che in media entrano giornalmente in una farmacia



40%

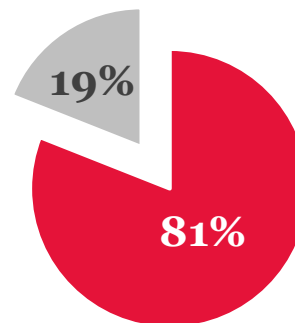
acquista un farmaco su ricetta



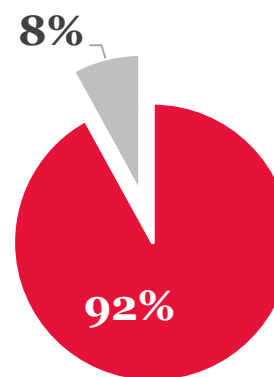
+

aumentano canali ed occasioni di consumo, differenti

drive to store | fidelizzazione | differenziazione



si dirige **direttamente** al **banco**



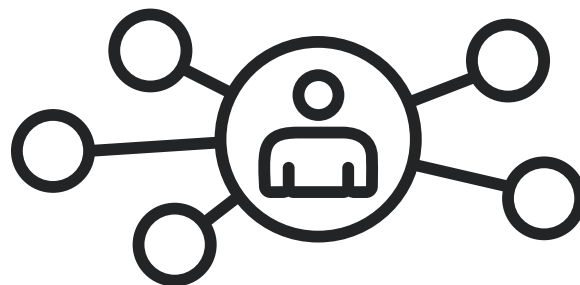
effettua **degli acquisti programmati** (il cliente **acquista ciò che gli serve**), e circa 84% acquista esattamente quello per cui è entrato

lack in needs & opportunities

Il valore centrale che passa anche da:



**PRIVATE
BRANDZ**



**COESIONE E
PROPOSIZIONE DI
SERVIZI**



**BUSINESS
INTELLIGENCE**

Il valore centrale che passa anche da:



**PRIVATE
BRANDZ**



**COESIONE E
PROPOSIZIONE DI
SERVIZI**



**BUSINESS
INTELLIGENCE**

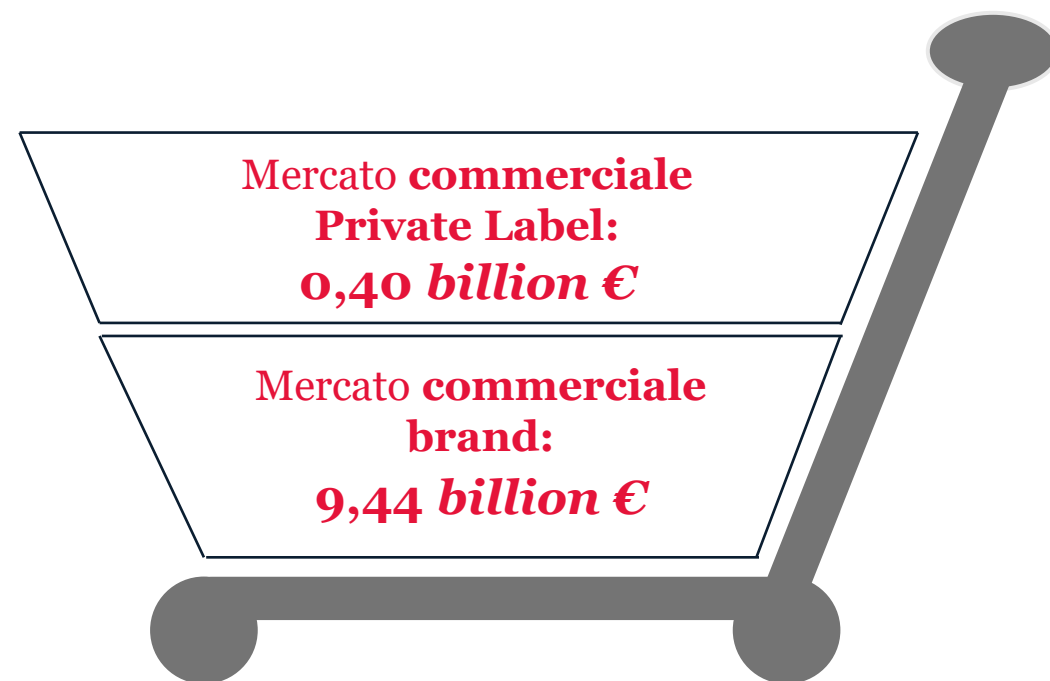
PRIVATE LABEL: Un consumatore che continua a sceglierle

Lo scenario di mercato

- Con un fatturato complessivo record di **25,4 miliardi di euro** nel 2023, i prodotti a marca del distributore (MDD) rappresentano oggi il **31,5% dell'intero giro d'affari** del mercato della distribuzione moderna in Italia, compresi i discount – nel **2019 era al 28,3%** - affermandosi come **strumento fondamentale** delle imprese della distribuzione moderna per **sostenere il potere** di acquisto delle famiglie.

Nel nostro mercato

- Le private label coprono circa il **4% del mercato** complessivo commerciale, ed il **90% del suo valore è composto dai top 10 brandz**. Fra questi 10, **PROFAR (private label di FederFARMA.CO) si posiziona al primo posto**, considerando le private label «reali». Ancora una volta considerando il canale distributivo, tuttavia, le catene «reali» rappresentano quasi il 70% del volume d'affari mentre i network (con delega più o meno forte) rappresentano circa il 17%.



PRIVATE LABEL: Cresce con *ampi* spazi di incremento

Split by Channel

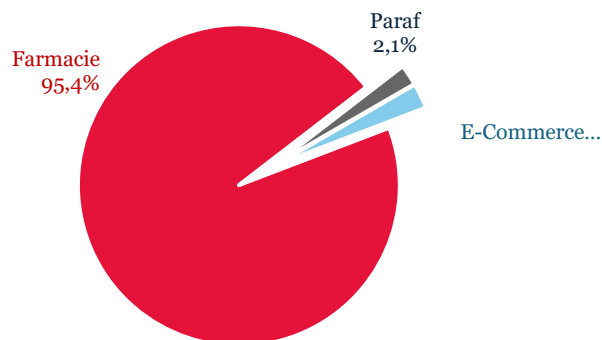


Chart on Values - Mat/09/2024



Private Label by Basket

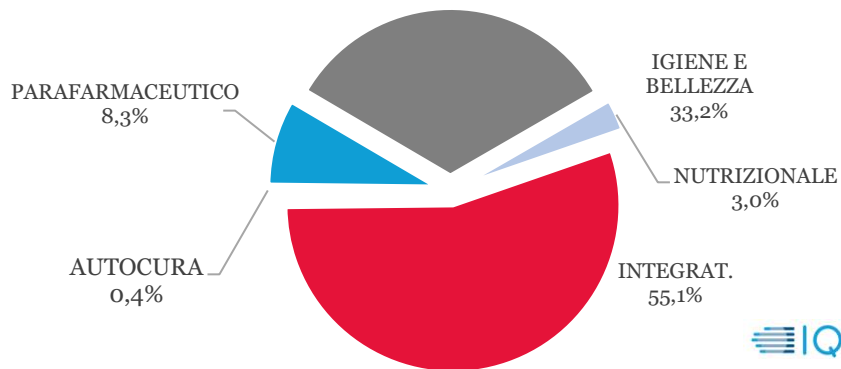
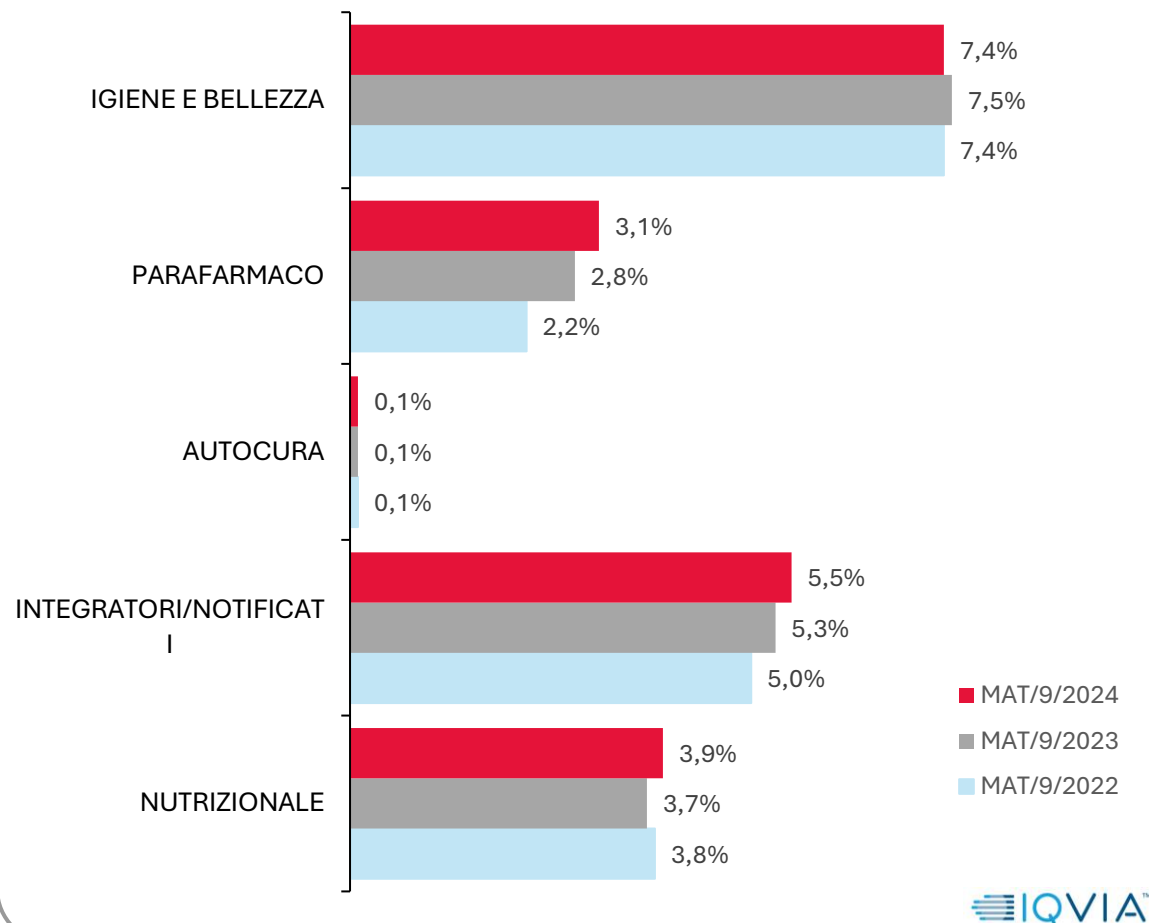


Grafico a valori, MAT 09/23 (farmacia, paraf, online)



PL Market share by basket



■ MAT/9/2024
■ MAT/9/2023
■ MAT/9/2022



+12%
Probiotics

+12%
Ophthalmic products

+21%
Mineral Supplements

COME AVVIENE IN Grande Distribuzione Organizzata

SELEX

1965 | 18,2 bio € | 33k FTE | 30 insegne | 2433 pdv



PROFAR® Farmakopea®


















PROFESSIONE FARMACIA

1998 | 10 mio € | 50 FTE | 19 insegne | ca. 8000 pdv



CON LA COESIONE DI PIÙ MARCHI

SELEX 4168 sku

SELEX  SCOPRI LINEA	SAPER DI SAPORI: il meglio di Selex  SCOPRI LINEA	NATURA CHIAMA SELEX  SCOPRI LINEA
VIVI BENE SELEX  SCOPRI LINEA	VIVI BENE SENZA GLUTINE  SCOPRI LINEA	VIVI BENE SELEX SENZA LATTOSIO  SCOPRI LINEA
AMICO MIO SELEX  SCOPRI LINEA	LE VIE DEL LUPPOLO  SCOPRI LINEA	LE VIE DELL'UVA  SCOPRI LINEA
CASA BELLA SELEX  SCOPRI LINEA	PRIMI ANNI SELEX  SCOPRI LINEA	CASA X CASA  SCOPRI LINEA
VEGETALE 100% SELEX  SCOPRI LINEA	ARMONIA & BENESSERE  SCOPRI LINEA	LE BONTÀ DEL PASTICCIERE  SCOPRI LINEA
STORIE DI GASTRONOMIA  SCOPRI LINEA	Happy di  SCOPRI LINEA	

FEDERFARMACO



662 sku



Marchio **Fantasia** della Centrale **FederFARMA.CO** in ambito cosmesi, IVD, parafarmaco e commodities a disposizione delle farmacie socie delle società di farmacisti

Marchio **Fantasia** della Centrale **FederFARMA.CO** in farmaco principalmente SOP e OTC



Marchio **Insegna** della **cooperativa CEF** a vantaggio delle farmacie socie e clienti. Principalmente integratori, occhiali.

Marchio **Insegna** della rete **CLUB SALUTE** vantaggio delle farmacie socie e clienti. Principalmente integratori, cosmesi, D.M



Marchio **Insegna** della cooperativa **UNICO** a vantaggio delle farmacie socie in ambito cosmesi, parafarmaco e commodities.



Marchio **Insegna** della Società di Farmacisti **UNIFARM** destinato alle farmacie socie. Principalmente Integratori.



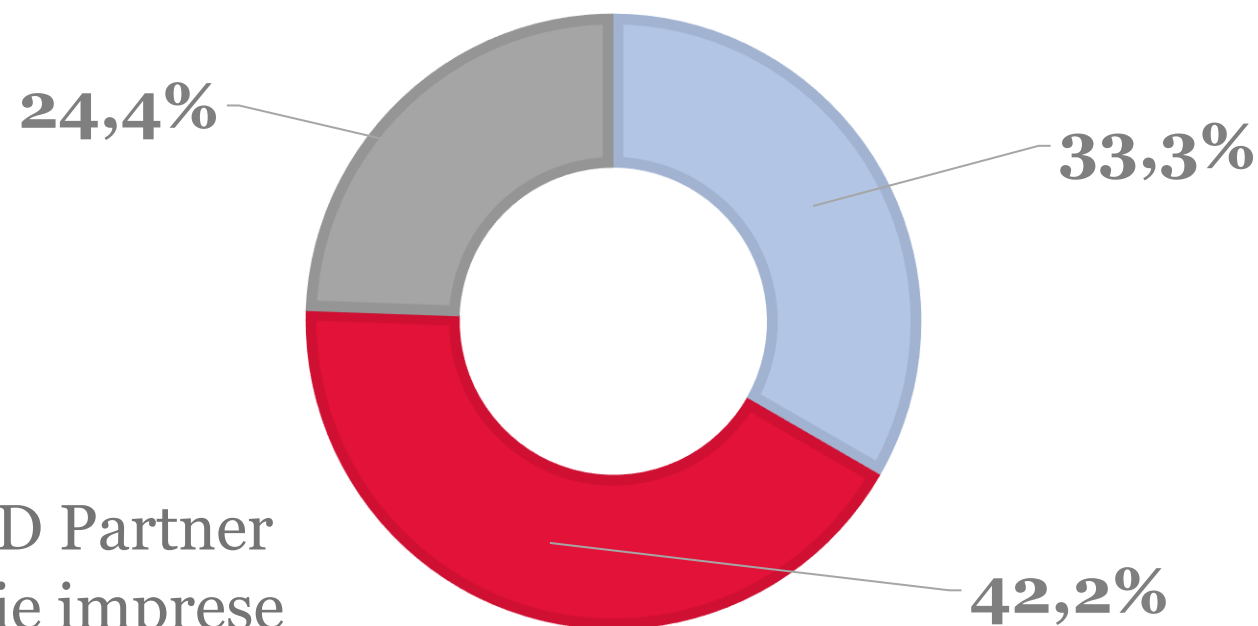
TUTTO QUESTO E' POSSIBILE GRAZIE A

Profar® sostiene circa **50** imprese *MDD aziende partner* (cit^(*)), di cui **95%** italiane

75% delle aziende MDD Partner sono piccole e medie imprese

DIMENSIONE AZIENDE MDD PARTNER 2023^(**)

■ Piccola Impresa ■ Media Impresa ■ Grande Impresa



(*) Cit AIDM – The European House Ambrosetti

La definizione, introdotta da ADM e The European House – Ambrosetti a inizio 2020 sostituisce la vecchia definizione di «copacker» e valorizza il rapporto di partnership esistente tra le aziende dell'industria (..) e la Distribuzione Moderna e il ruolo strategico dell'intera filiera (..)

(**) Segue la classificazione ufficiale della Commissione Europea; Piccole Imprese: Fatturato <€10mln; Media Impresa: Fatturato compreso tra €10mln e €50mln; Grande Impresa: Fatturato >€50mln

TUTTO QUESTO E' POSSIBILE GRAZIE A



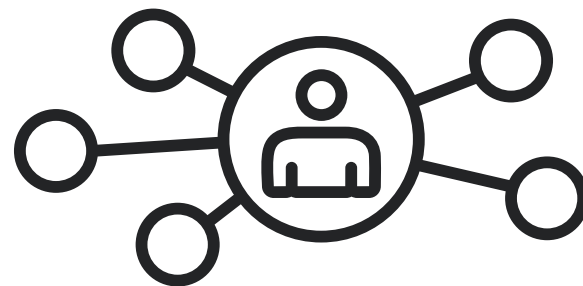
Il ritratto della salute

19 Martedì
NOVEMBRE

Il valore centrale che passa anche da:



PRIVATE
BRANDZ



**COESIONE E
PROPOSIZIONE DI
SERVIZI**



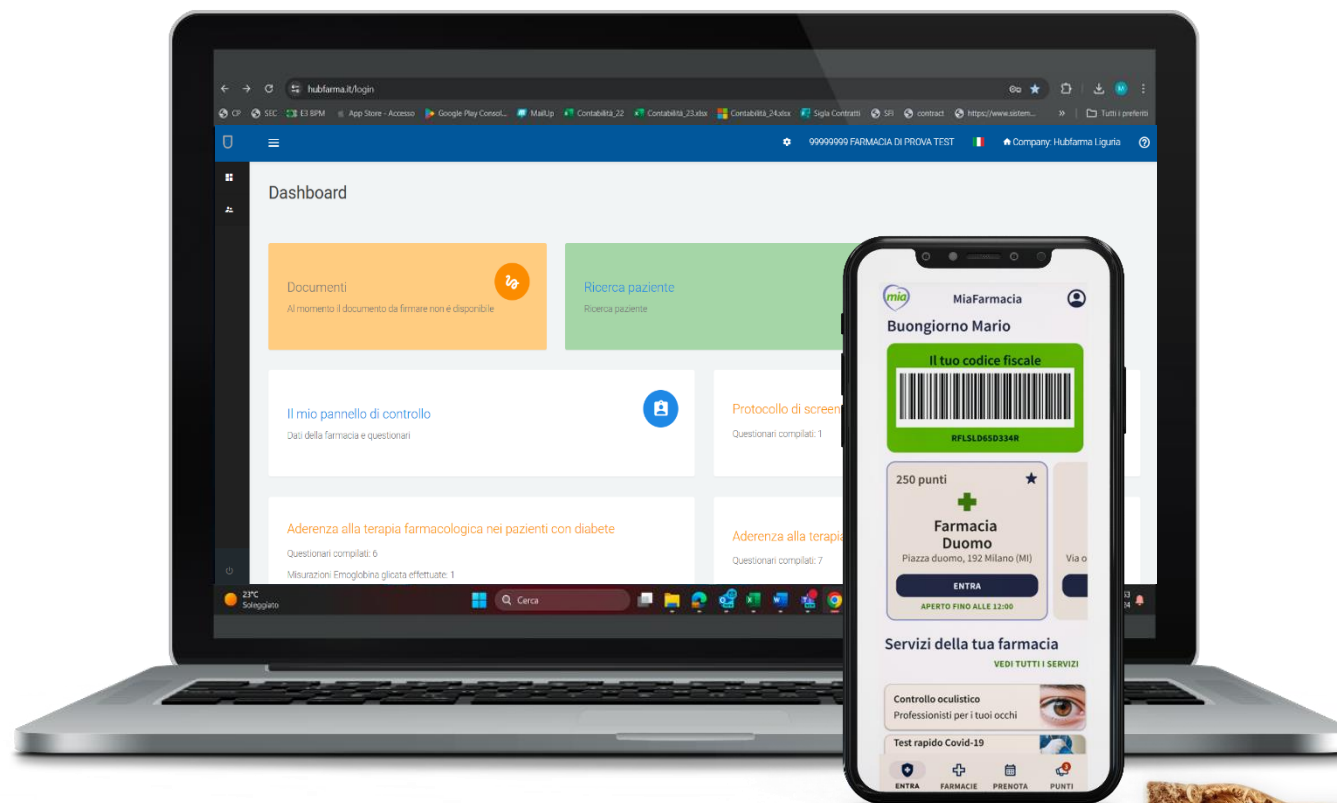
BUSINESS
INTELLIGENCE

HUBFARMA: *People as Purpose*

Una piattaforma unica per gestire le funzionalità di SEC e Carta Pro con semplici click, attraverso un portale innovativo e semplificato.

Eliminando la distinzione tra «**paziente**» (SEC) e «**cliente**» (Carta Pro), **realizziamo il concetto di *People as Purpose***, con la **missione di soddisfare i bisogni di salute e benessere, passando facilmente da uno all'altro secondo le necessità.**

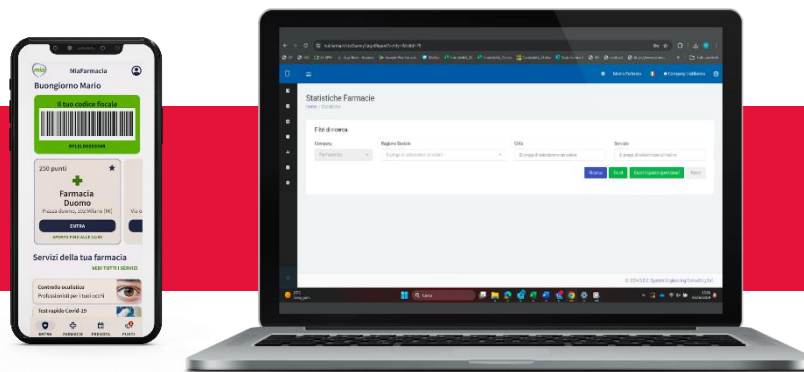
HUB FARMA



HUBFARMA: *People as Purpose*

HUB FARMA

**SEMPLIFICATORE
DEI RAPPORTI**



AUTOMAZIONE



HUBFARMA: *People as Purpose*

HUB FARMA

SICURO CON FIRMA DIGITALE

PRONTO PER LA
GESTIONE DEI
SERVIZI

HUBFARMA: l'alleato dei progetti «Farmacia dei Servizi»

Semplice e Veloce

in pochi CLICK il Farmacista arruola i pazienti

Customizzabile

a seconda delle esigenze progettuali si modula il percorso all'interno della Piattaforma

Accesso Diversificato

Farmacia; Federfarma; ASL; Centrale FederFARMA.CO;
Società di Farmacisti

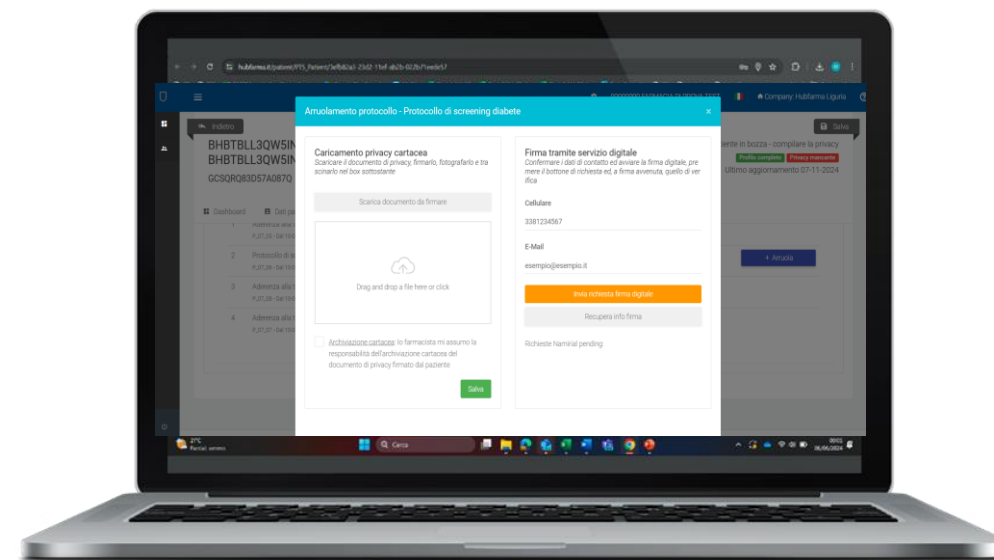
Controllo Avanzamento ed efficacia delle prestazioni

Federfarma e ASL

Sicura

GDPR Compliance, i dati sono custoditi in Server conformi alla normativa

HUB FARMA

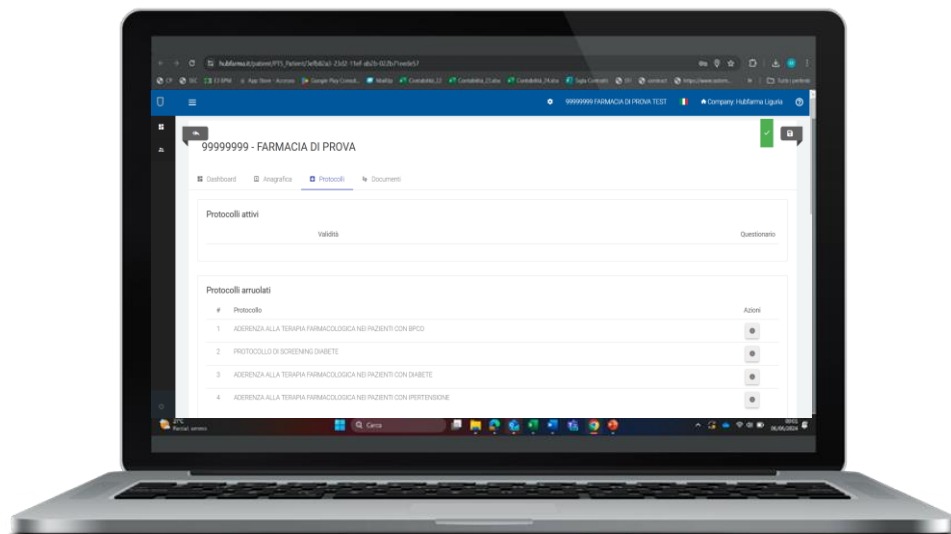


HUBFARMA: l'alleato dei progetti «Farmacia dei Servizi»



HUB FARMA

I progetti Farmacia dei Servizi Liguria 2024: in collaborazione con Federfarma Liguria ed A.Li.Sa.



OBIETTIVI:

- Presa in Carico del Paziente con
 - BPCO
 - IPERTENSIONE
 - DIABETE MELLITO DI TIPO 1
- Monitoraggio dell'Aderenza alla Terapia con l'esecuzione di Analisi di prima Istanza
- Screening del Paziente con misurazione della Glicemia

HUBFARMA: l'alleato dei progetti «Farmacia dei Servizi»



FARMACIE ADERENTI:

323

HUB FARMA



Aderenza alla terapia farmacologica nei pazienti con BPCO

Questionari compilati: 523



Aderenza alla terapia farmacologica nei pazienti con diabete

Questionari compilati: 833

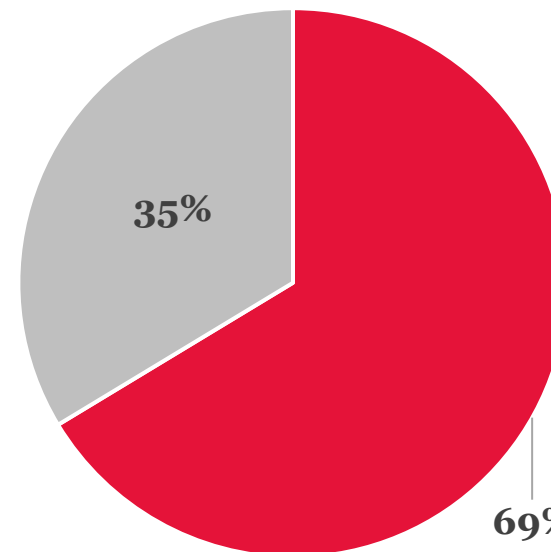
Misurazioni Emoglobina glicata : 890



Protocollo di screening diabete

Questionari compilati: 3150

Misurazioni Glicemia : 750



Farmacie Partecipanti



Aderenza alla terapia farmacologica nei pazienti con Ipertensione

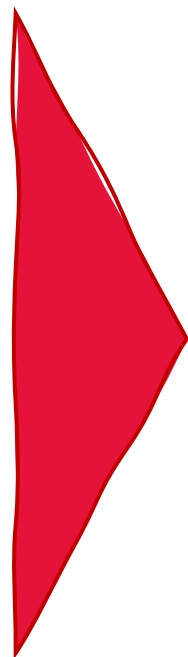
Questionari compilati: 2084

Misurazioni Pressione arteriosa (mmHg) : 3560

EDUCATION: in «rete» con un progetto condiviso



2019: la prima piattaforma di rete in ambito **Education** per le reti



DEC, 2024

2024: revamping piattaforma
NUOVA VESTE
NUOVA PIATTAFORMA

 eduFARMA



Vidnoz

Formazione: Un progetto condiviso

Statement of Intent

Edufarma è più di una piattaforma di apprendimento: è il **partner ideale** per chi vuole fare aumentare l'apprendimento e condividere i propri contenuti di formazione alle farmacie ed alle reti



- 15 Aziende partner
- 58 Video pillole

The logo for Chiesi, consisting of a blue circular icon with a white arrow and the word "Chiesi" in blue.

The logo for Fidia, featuring a blue globe icon and the word "fidia" in blue.



The logo for Montefarmaco, featuring a blue stylized "M" icon and the word "MONTEFARMACO" in blue.

The logo for Recordati, featuring a red and white stylized "R" icon and the word "RECORDATI" in black.

The logo for Teva, featuring the word "teva" in a stylized blue font.

The logo for Reckitt Benckiser, featuring a red and white stylized "rb" icon and the words "Reckitt Benckiser" in black.

The logo for IBSA, featuring a blue diamond shape with the word "IBSA" in white.

The logo for Zambon, featuring the word "Zambon" in green with "1906" below it.

The logo for Profarm, featuring the word "PROFARM" in green with "PROFESSIONE FARMACIA" below it and a green and red cross icon.



The logo for P&G, featuring the letters "P&G" in blue.

The logo for Schwabe, featuring a green square with a white "S" and the word "SCHWABE" below it.

The logo for Giuliani, featuring the word "GIULIANI" in blue with a blue swoosh below it.

Formazione: Un progetto condiviso

■ per le **Reti di Farmacie:**

- **nuova Piattaforma** funzionale e moderna;
- gestione **centralizzata** della **formazione**;
- creazione di **aree tematiche**;
- formazione **live** (webinar);
- formazione **on demand** (video pillole, Slide lecture);
- analisi **abitudini** degli «studenti»;
- piattaforma **scalabile**;
- **user friendly**;
- piattaforma di **sistema**.

■ per l'**industria:**

- **accesso diretto** al Farmacista;
- aumento della **visibilità** attraverso la formazione;
- **opportunità B2B**;
- **condivisione** dei contenuti immediata;
- **misurabilità** degli investimenti.

■ per il **Farmacista:**

- **aggiornamenti** formativi **costanti**;
- formazione online e **accessibile**;
- gestione dell'apprendimento **facilitata**;
- riconoscimenti **professionali**;
- piattaforma certificata e **sicura**;
- accesso a materiale **informativo**;
- webinar **offline**.

Formazione: Un progetto condiviso

LINEA CAPELLI

INTRODUZIONE

eduFARMA

PROFAR®
PROFESSIONE FARMACIA

La linea fitoterapica
dedicata alla cura della
cute e dei capelli



INIZIA

Il valore centrale che passa anche da:



PRIVATE
BRANDZ



COESIONE E
PROPOSIZIONE DI
SERVIZI



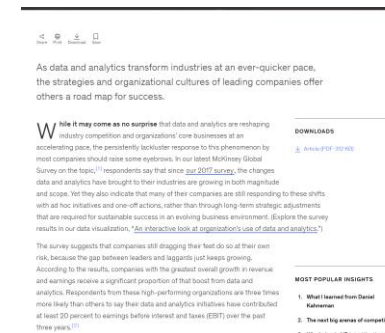
**BUSINESS
INTELLIGENCE**

Business Intelligence

*Catch them if you can.
How leaders in data and analytics have pulled ahead.*

McKinsey
& Company

Nov, 23

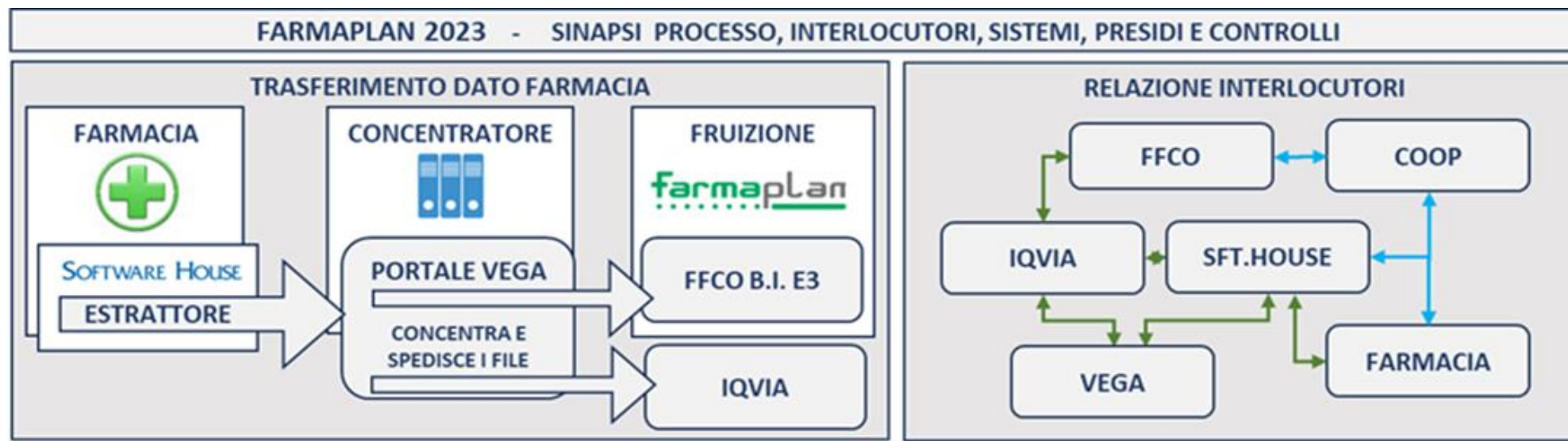


As data and analytics transform industries at an **ever-quicker pace**, the strategies and organizational cultures of **leading companies** offer others a **road map for success**.

According to the results, companies with the greatest overall growth in revenue and earnings receive a significant proportion of that boost from data and analytics. Respondents from these high-performing organizations are **three times more likely than others** to say their data and analytics initiatives have **contributed at least 20 percent to earnings before interest and taxes (EBIT) over the past three years**

Mentre i dati e l'analisi trasformano i settori a un ritmo sempre più rapido, le strategie e le culture organizzative delle aziende leader offrono agli altri una road map per il successo. Secondo i risultati, le aziende con la maggiore crescita complessiva di ricavi e utili ricevono una parte significativa di tale incremento da dati e analisi. Gli intervistati di queste organizzazioni ad alte prestazioni hanno tre volte più probabilità rispetto ad altri di affermare che le loro iniziative di dati e analisi hanno contribuito almeno per il 20% agli utili prima degli interessi e delle tasse (EBIT) negli ultimi tre anni

Business Intelligence: Farmaplan



3300+
FARMACIE



MULTILAYER
ANALYSIS

Business Intelligence: Il valore

FARMAPLAN - Lo strumento di Business Intelligence che colloquia con il tuo gestionale

RETE PROFAR - Professione Farmacia - PROFAR è il nuovo marchio che identifica la Rete delle Farmacie in Cooperativa, una rete capillare, presente su tutto il territorio nazionale, e indipendente.

CARTA PRO - CartaPRO - Professione e servizi in Farmacia è la carta fedeltà e professionale delle Farmacie della Rete Nazionale PROFAR, che permette di fidelizzare i consumatori alla tua Farmacia e alle Farmacie del circuito su tutto il territorio nazionale.

CATEGORY MANAGEMENT - La scienza che studia l'assortimento del punto vendita e la sua organizzazione al fine di soddisfare al meglio le esigenze dei consumatori.

Analisi E3Web +
Export + Report
Excel

Dati Modello Filtri Filtri Personalizzati Grafico

Dati

Cooperativa Classe Fatturato Regione Des Flag Category Partita Iva Cdc Cod Min Cluster 1 Cluster 2 Network Cod Int Coop Fidelity Card Concessionaria Mo

Blocco Produttore Sku Brand Linea Flag Naturale Flag Ricetta Flag Pam Articolo Flag Generico Provincia Cap Anno Mese Atc Gmp 5 Des

Categoria	Segmento	PdV		Vendite a Valore		Vendite a Quantità	
ID	ID	ID		C	D	E	F
05-INTEGRATORI SPECIFICI	0501-SALUTE DEL CUORE	0000010	FARMACIA AI DUE DELFINI D'ORO	1 - Vendite a Valore e Quantità con Trattanti			
		0000012	COMUNALE TRENTO	Da Gennaio/2023 a Dicembre/2023			
		0000013	COMUNALE SAN BARTOLOMEO	Esportata il: 19/02/2024 18:05:48			
		0000096	ELETTI SNC DI ELETTI BIANCHI FER				
		0000097	IPPOCRATE SNC DI FRANCESCO MA				
		0000098	ONOFRI DANIELA				
		0000104	RAGONE SNC DI ANGELO E VITO RA				
		0000108	DI DONNA SNC DI M.G. F.R. DI DON				

PdV		Cdc Cod Min	Vendite a Valore	
Cod	Des	Cod	AC	AP
0001376	FARMACIA BONAZZI SAS	5046	1.278.509	1.113.508
0001813	DA RIN & RADAONI	4297	341.003	345.267
0001952	ZORZI PATRIZIA	4157	743.819	867.370
0001983	FARMACIA SAN ROCCO	18352	259.836	314.627
0002138	MAGAFARMA S.R.L.	4183	764.463	905.805

Aggiorna dati

Dash Board
Qlik

App Federfarmaco

ANNOMESE 3 di 26 CDC_COMP 1241 di 1355

ANALISI LFI: DISCESA E REGIONE (Benchmark)

Periodo: NR. FARMACIE COMPLETE COOP 1,22k

PROVINCIA_D... Produttore

NETWORK_DES CLASSE_FATT MONDO

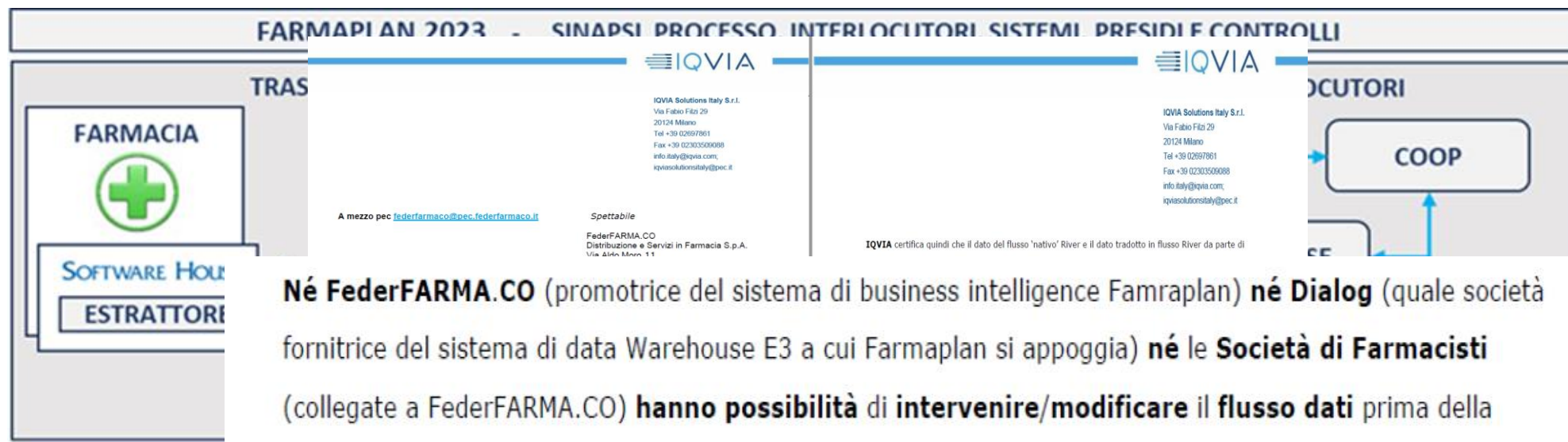
DISCESA	VALORE AC	VALORE AP	DELTA % VAL	QUOTA A VALORE
Totale	458.694.442,86 €	459.660.810,16 €	-0,07%	100,0%
FARMACO PRESCRITTO	252.752.584,10 €	234.749.588,99 €	7,82%	55,1%
INTEGRATORI	28.639.486,90 €	27.785.773,80 €	3,30%	6,2%
RIMEDI STAGIONALI IN	28.095.590,42 €	19.153.978,08 €	46,94%	6,1%
STOMACO E INTESTINO	27.849.186,36 €	22.129.016,34 €	26,11%	6,1%

Report Jasper

1 - RISULTATI DI VENDITA

MONDO	FARMACIA			BENCHMARK	
	Valore	Valore AP	Trend vs AP %	PESO %	Valore medio
Etico	€453.519,68	€457.356,05	-0,84%	54,41%	€460.444,32
Commerciale	€354.727,69	€339.532,41	4,48%	42,56%	€275.654,47
Altro	€23.816,89	€39.942,12	-40,37%	2,86%	€21.780,56
Z- N.C.	€1.383,13	€4.108,12	-66,33%	0,17%	€5.540,46
TOTALE	€833.447,39	€840.938,70	-0,89%	100,00%	€763.419,81

Business Intelligence: Farmaplan



Né FederFARMA.CO (promotrice del sistema di business intelligence Famraplan) **né Dialog** (quale società fornitrice del sistema di data Warehouse E3 a cui Farmaplan si appoggia) **né le Società di Farmacisti** (collegate a FederFARMA.CO) **hanno possibilità di intervenire/modificare il flusso dati** prima della ricezione da IQVIA.

con sede in Milano, Via Fabio Filzi, 29 20124 Milano (MI) rappresentata pro tempore, ai sensi del seguente documento, da Antonella Levante in qualità di General Manager **certifica che** la stessa in qualità di **fornitrice - partner del flusso dati** per il servizio di **Business Intelligence FARMAPLAN** (di proprietà di FederFARMA.CO Distribuzione e Servizi in Farmacia S.p.A - di seguito FederFARMA.CO) **svolge la funzione di raccolta dati sell out** dalle software house farmaceutiche (a titolo esemplificativo vendite/sospesi/...) **attraverso il proprio flusso "river"** e di **riversarlo tal quale nel sistema di E3 - Data Warehouse** gestito da **Dialog Sistemi S.r.l.** (di seguito Dialog)



FARMACIE



**CERTIFIED
IQVIA**



**'ILAYER
ANALYSIS**

Il ritratto *in salute*: FederFARMA.CO



DISTRIBUZIONE INTERMEDIA

FORTE, SOLIDA, UNITA, STRUTTURATA



SCREENING
PREVENZIONE



EDUCAZIONE
SANTARIA



SALUTE
LUOGO DI SALUTE E SERVIZI



Grazie! a chi ci collabora giornalmente: i nostri ritratti



CDA



DIREZIONE
GENERALE



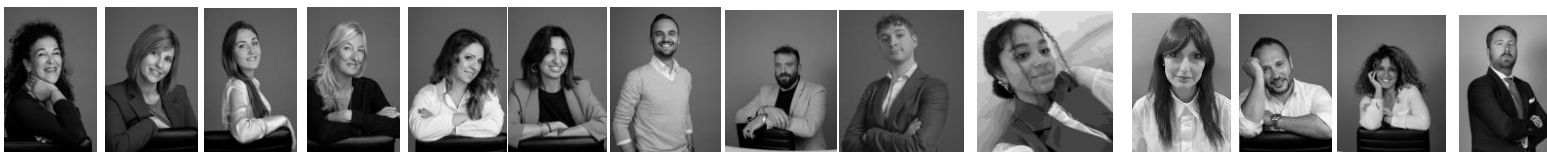
OFFICE
MANAGEMENT



HR &
TALENT



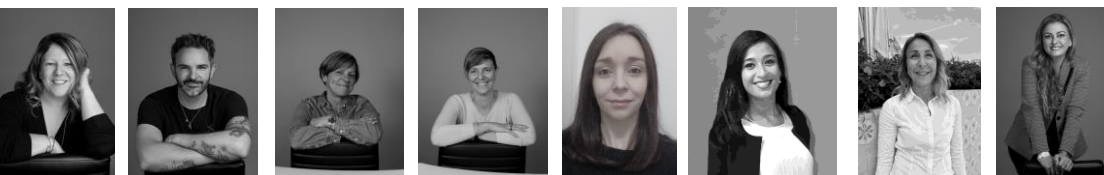
COMMERCIALE FARMA



MARKETING & PRIVATE LABEL



AMMINISTRAZIONE



OPERATIONS



Coffee break | Il ritratto della **salute** | **Fotografia di una crisi**