

## UOMINI E STRATEGIE

**U**na farmacia più moderna ed efficiente; un farmacista sgravato dagli onerosi compiti di buying e gestione, per tornare alla sua abituale attività; un rapporto con l'industria improntato sulla partnership: è questa la ricetta messa a punto da Essere Benessere. Ne parliamo con l'ad Fabio Poretti.

D. Cominciamo con l'andamento del mercato.

R. L'attuale situazione evidenzia una contrazione delle vendite del farmaco etico rimborsato dal Ssn. Il mercato etico a valore si attesta sui 10 miliardi di euro (-1,7%), di cui i rimborsabili (classe A) rappresentano 8,17 miliardi (-2,4%) e i non rimborsabili (classe C) 1,87 miliardi (+1,7%); fonte IMS Health MAT 7/2011. La crescita del generico (+5,2% a volumi, fonte: IMS Health MAT 5/2011), è più lenta rispetto agli altri Paesi europei e a oggi in Italia è arrivata al 14% sul fatturato dell'etico, contro una media europea al 49% e l'83% dell'Inghilterra (Fonte: IMS Data, Retail Market 2010). Se consideriamo i tagli governativi e la riduzione del prezzo dei brand per combattere l'erosione provocata dai generici, ciò spiega la continua riduzione del valore medio della ricetta, che negli ultimi 10 anni è sceso di oltre 10 euro (oggi 15-20 euro a seconda delle regioni).

D. Come si colloca Essere Benessere in questo contesto?

R. EB sta proponendo al farmacista italiano un modello di business in affiliazione basato sullo sviluppo del fatturato commerciale, per compensare la perdita di redditività legata alla gestione del farmaco etico. In quest'ottica, EB presidia anche il canale parafarmacie e corner nei centri commerciali. Il peso dei canali a volume, dato IMS MAT Lug 11, era: farmacia 93,4% (+0,9%), parafarmacia 2,6% (+6,8%), mercato corner/gdo 4,1% (+3,6%). La finalità di EB è quella di svilup-

# ESSERE BENESSERE

## Un modello di affiliazione innovativo ed efficace per ottimizzare la gestione delle farmacie



**Fabio Poretti è amministratore delegato di Essere Benessere, il primo operatore italiano specializzato nella gestione della vendita retail del farmaco e del parafarmaco. Parte del gruppo FD, la società ha creato un network composto da farmacie full management e in franchising, parafarmacie e corner all'interno dei centri commerciali. L'obiettivo è arrivare entro il 2013 a un network di 330 farmacie.**

**Essere Benessere sta proponendo al farmacista italiano un modello di business in affiliazione basato sullo sviluppo del fatturato commerciale della farmacia.**

**EB ha rivoluzionato i rapporti industria/distribuzione, uscendo dalle logiche di sell-in tipiche del settore e ponendosi come partner di sviluppo del business.**

**Nel 2012 la società punta a rafforzare il proprio network; il prossimo anno partirà anche lo sviluppo delle private label.**

pare il proprio know-how commerciale in canali diversi dalla farmacia, facendo benchmark sui punti di forza di questa esperienza per trasferirli al servizio della farmacia.

D. Quali sono le caratteristiche distintive della proposta EB e il supporto gestionale da voi offerto ai farmacisti?

R. È una partnership che consente al farmacista di riappropriarsi della sua professionalità e del rapporto con il cliente. Liberandolo dalla necessità di incontrare gli agenti dell'industria Otc e del parafarmaco, viene meno il ruolo di buyer del farmacista, che può dedicarsi alla dispensazione del farmaco e alla consulenza. Inoltre, acquistando i prodotti ad alta rotazione di Otc/Sop e parafarmaco attraverso la logistica di EB (circa 10.000 referenze che coprono l'80% delle necessità), non serve più gonfiare gli ordini per ottenere una

migliore condizione di acquisto e il livello di copertura stock scende a circa 1-2 mesi massimo. Anche il layout e i piani di merchandising vengono rivisti per massimizzare le vendite di impulso e ottimizzare lo sviluppo del margine.

D. Quali strumenti supportano questa nuova gestione?

R. L'immagine di convenienza della farmacia viene costruita con attività promozionali. La fidelizzazione è implementata tramite il magazine e la carta fedeltà EB. L'impatto di tale gestione dell'area commerciale incrementa le vendite e sviluppa la marginalità in valore assoluto. Se ciò non accade al termine del primo anno, EB rimborsa la differenza e il contratto si risolve. EB supporta il farmacista nella formazione del team della farmacia e fornisce tramite il proprio portale un aggiornamento sui corsi di formazione organizzati in ac-

cordo con l'industria e sul lancio delle novità previste dai brand referenziati. Sul portale all in one viene gestita anche la reportistica relativa a controllo di gestione e obiettivi commerciali.

D. E il vostro rapporto con l'industria del parafarmaco?

R. EB ha rivoluzionato i rapporti industria/distribuzione nel mercato farmaceutico, uscendo dalle logiche di sell in tipiche del settore e ponendosi come partner di sviluppo del business. Per le aziende ha significato potersi sedere al tavolo con un partner che appropria il mercato a 360°. EB dà all'industria piena visibilità sui risultati, permettendo di comprendere le reazioni del mercato/consumatore e ottimizzare gli investimenti.

D. Quali sono i prossimi obiettivi di EB?

R. Sono previste tre nuove aperture full management entro fine anno. Alle attuali 56 farmacie affiliate se ne dovrebbero aggiungere 10 entro fine 2011. Dopo i sei corner Carrefour, stiamo lavorando su altre opportunità, spinti da performance eccellenti. Sul fronte dei servizi, la disponibilità nell'assortimento EB dei principali brand di prodotti generici migliora la gestione dello stock in farmacia. Il nuovo format della farmacia EB, studiato in collaborazione con Future Brand, è disponibile per tutti gli affiliati presenti e futuri. Dal 2012 partirà lo sviluppo delle pl.



**SISTEMA SALUTE**

Essere Benessere spa  
Via Calabria, 22/24  
20090 Segrate (MI)  
Tel. 02.52501.1  
www.esserebenessere.it  
info@esserebenessere.it