



Il nuovo ruolo della farmacia nello scenario post-emergenza Covid-19 a Cosmofarma ReAzione presentato "Barometro Farmacia 2021"

Bologna, 11 settembre 2021. - E' stato presentato a **Cosmofarma ReAzione – I valori al centro la ricerca**, in corso a Bologna Fiere dal 9 al 12 settembre, il «**Barometro Farmacia Doxa Pharma 2021**», ricerca condotta a giugno scorso su **400 titolari di farmacia**, distribuiti in maniera rappresentativa su tutto il territorio nazionale. Lo studio, sponsorizzato da **BD Rowa** e a cura di Doxa Pharma e Cosmofarma, delinea il nuovo ruolo del farmacista all'interno della sanità del territorio e la costruzione del percorso corretto per la definizione della relazione vincente tra farmacia e medicina territoriale, con al centro il farmacista.

Come si articola il nuovo ruolo della farmacia nello scenario post-emergenza COVID, a partire dalle evidenze emerse dal Barometro Farmacia? E come si configura il nuovo modello della farmacia di relazione?

Cominciamo con il dire che il futuro vedrà aumentare sempre più le diverse tipologie della farmacia. Cresce la tipologia di farmacia consulenza-consiglio che sale nel 2021 al 26%, rispetto al 23% dello scorso anno e cresce anche la cooperativa strategica che sale al 22% rispetto al 19% del 2020. Scendono invece la farmacia di tradizione, che dal 29% passa al 25%, e il Drugstore che passa dal 28% al 24%.

L'emergenza COVID ha allargato la minaccia dell'online. Infatti, quasi un farmacista su due considera il **canale distributivo** online una minaccia e la percentuale è in aumento: il 45% dei titolari di farmacia rispetto al 30% del 2020 sostiene che le vendite online possano mettere in pericolo la propria farmacia, sia a livello di competizione distributiva sia a livello di auto-diagnosi frequenti e spesso errate del paziente tramite il mondo online.

Una minoranza di farmacisti ha però reagito entrando nell'online non solo per acquisti / vendite, ma anche per relazionarsi con il cliente / paziente. Il farmacista ha capito che anche il **digital può essere uno strumento rilevante nella gestione del proprio paziente / cliente e questo per molti farmacisti è funzionale anche a reggere la competizione con l'online come canale distributivo.**

Inoltre, la formazione e network con la medicina territoriale sono tra i «top desiderata» del farmacista.

Tra gli **elementi più rilevanti** per la nuova farmacia, **desiderati da quasi un farmacista su due**, vi sono oggi:

- Linee guida e formazione per patologia, per consigliare meglio il paziente
- Formazione sulle migliori modalità di consulenza al paziente / cliente
- Formazione su farmaci innovativi, verso la specializzazione di farmacie oncologiche, del dolore, del diabete

Progetto e direzione

BOS
BolognaFiere | Senaf

In collaborazione

Bologna Fiere
Gruppo **+ tecniche nuove**
COSMETICA ITALIA
WSP - associazione nazionale imprese cosmetiche

Con il patrocinio di

Federazione Ordini Farmacisti Italiani
FE **annavò**

federfarma
FUTIFAR
Unione Tecnica Italiana Farmacisti

In contemporanea con

sana
33° Salone Internazionale del Biologico e del Naturale

OnBeauty
by **COSMOPROF**
WORLD OF BOLOGNA



COSMOFARMA®
REAZIONE • I valori al centro

9 • 12 SETTEMBRE 2021 BOLOGNA - ITALIA



- Creazione di una relazione vincente con la medicina del territorio, con uno scambio di informazioni all'interno del triangolo medico, paziente e farmacista
- Servizi e informazioni sul proprio ruolo imprenditoriale

Questi solo alcuni dei temi affrontati a Cosmofarma nel corso della presentazione di Barometro Farmacia. Di seguito la ricerca completa.

L'ufficio stampa 3346534329; 3406288237

La manifestazione si svolge sotto il patrocinio di **FOFI – Federazione Ordini Farmacisti Italiani, Federfarma, Fondazione Cannavò, UTIFAR – Unione Tecnica Italiana Farmacisti.**

Al fine di tutelare le aziende e tutti gli operatori del settore la manifestazione si svolgerà nel pieno rispetto di tutte le norme di sicurezza.

Ufficio comunicazione e stampa, Sara Sacco sara.sacco@senaf.it, 051.0560740

Progetto e direzione

BOS
Bolognafiere | Senaf

In collaborazione

Bologna Fiere
Gruppo **+ tecniche nuove**
COSMETICA ITALIA
WSPN, associazione nazionale imprese cosmetiche

Con il patrocinio di

Federazione Ordini Farmacisti Italiani
FE Cannavò

federfarma
UTIFAR
Unione Tecnica Italiana Farmacisti

In contemporanea con

sana
33° Salone Internazionale del Biologico e del Naturale

OnBeauty
by **COSMOPROF**
WORLDWIDE BOLOGNA

A background image showing two hands, one from the left and one from the right, gently holding a white, oval-shaped pill. The hands are positioned as if presenting the pill. A solid orange horizontal bar is located above the main title.

COSMOFARMA 2021

LA FARMACIA ReAZIONE

Risultati Barometro Farmacia e Consensus
10 settembre 2021

 **Doxapharma**
UN DELTA IN PIU'

 **COSMOFARMA**
EXHIBITION

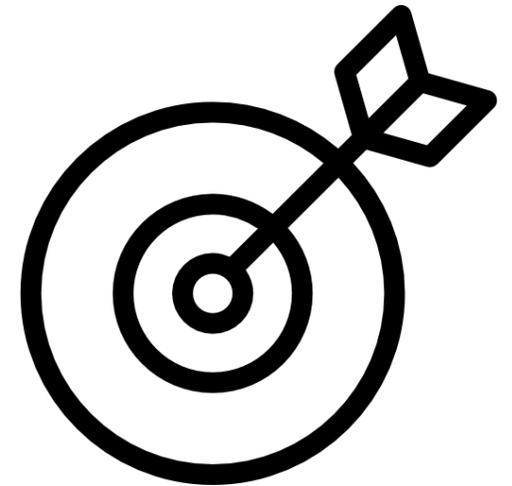
 **Bva Doxa**

Modalità di svolgimento e obiettivi dell'incontro

- **Mercoledì 21 luglio 2021** Doxa Pharma ha dato vita con CosmoFarma a un **Consensus online relativo al ruolo del farmacista nella nuova sanità del territorio**, nella costruzione di una relazione vincente tra farmacia e medicina territoriale.

A partire dalla presentazione dei principali risultati della ricerca «**Barometro Farmacia Doxa Pharma 2021**», ricerca condotta a **Giugno 2021** su **400 titolari di farmacia**, distribuiti in maniera rappresentativa su tutto il territorio nazionale, l'**obiettivo** dell'incontro è stato quello di

- **trovare un consenso in merito al nuovo ruolo che il farmacista può assumere all'interno della sanità del territorio**
- **e alla costruzione del percorso corretto per la definizione della relazione vincente tra farmacia e medicina territoriale, con al centro il farmacista.**



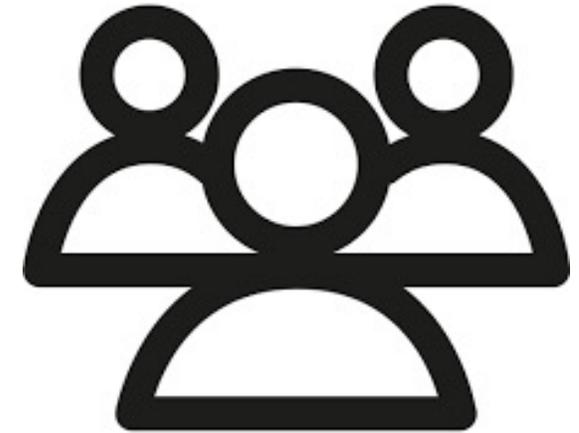
Indice dei temi di discussione

Dopo la presentazione dei KPI emersi dal Barometro Farmacia, sono state trattate durante l'incontro le seguenti tematiche:

- A. Il ruolo della farmacia nella sanità del territorio, tra relazioni interprofessionali e bisogni di formazione:** il segmento oggi in farmacia, il posizionamento, il trend nel tempo, i modelli organizzativi preferiti dal punto di vista delle diverse professioni al tavolo
- B. I punti critici nell'incontro tra le diverse professioni sanitarie/ le associazioni** coinvolte
- C. La costruzione del modello condiviso di sanità integrata del territorio, con il farmacista al centro**
 - Come arrivare a un modello vincente
 - Il disegno generale
 - Le idee concrete
- D. Costruzione della strategia operativa premiante nella decodifica della partnership farmacia/sanità del territorio**

I partecipanti

- **FEDERFARMA**
- **Assosalute**
- **FOFI**
- **Integratori Italia**
- **FIMMG**
- **ADPMI ODV e CLAD ODV**



Moderatore: Gadi Schoenheit – Vice President Doxa Pharma

La farmacia ReAZIONE

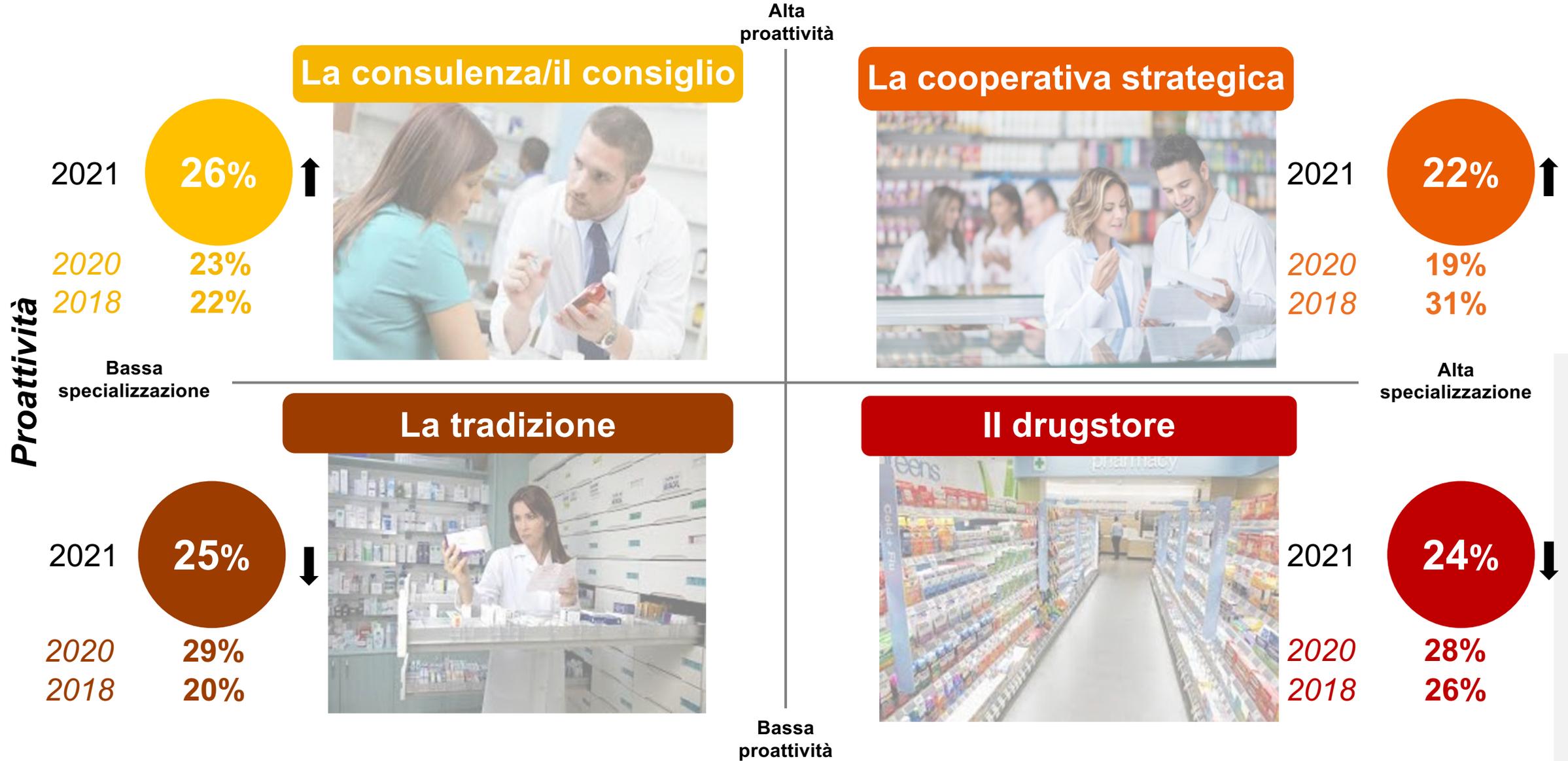
La percezione di **fine di un'emergenza e di ritorno allo sviluppo di un nuovo modello relazionale nei confronti del paziente / cliente, basato sulla figura del farmacista.**

Una **reazione crescentemente positiva** della farmacia alla «**nuova normalità**».

**Come si articola il nuovo ruolo della farmacia
ReAZIONE, nello scenario post-emergenza COVID,
a partire dalle evidenze emerse dal Barometro
Farmacia?**

**Come si configura il nuovo modello della farmacia
di relazione?**

È finita l'era in cui le farmacie sono tutte uguali: dopo l'emergenza COVID cresce la tipologia di farmacia consulenza-consiglio

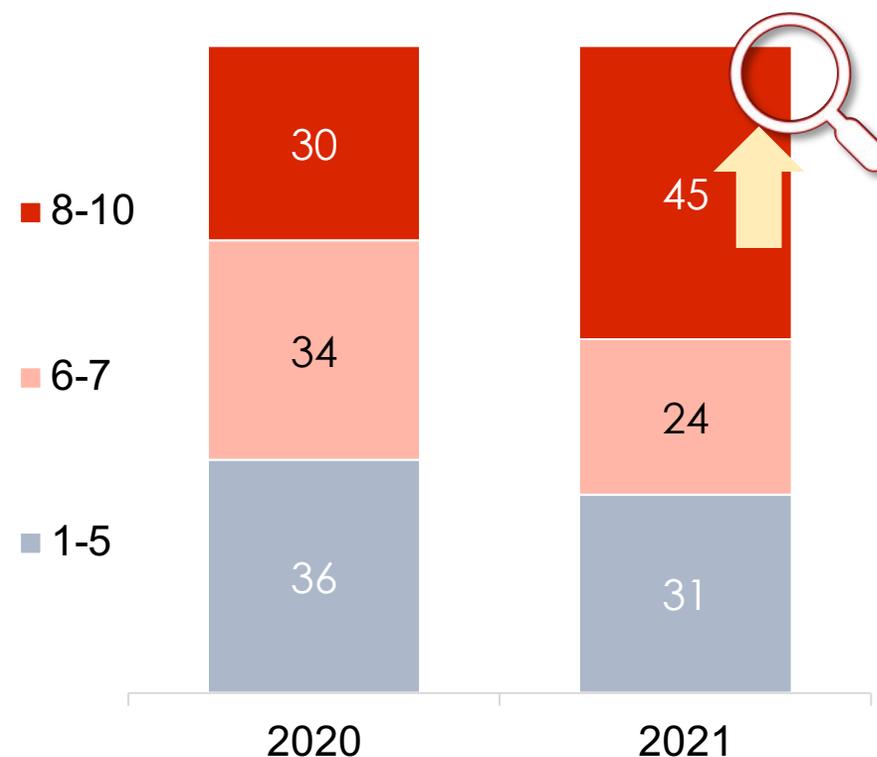


Specializzazione (mono/multi)

Un problema sempre più rilevante: l'emergenza COVID ha allargato la minaccia dell'online. Infatti, quasi un farmacista su due considera il canale distributivo online una minaccia e la percentuale è in aumento

Il 45% dei titolari di farmacia rispetto al 30% del 2020 sostiene che le vendite online possano mettere in pericolo la propria farmacia sia a livello di competizione distributiva sia a livello di auto-diagnosi frequenti e spesso errate del paziente tramite il mondo online. Lo pensano soprattutto nel Nord Est, nelle farmacie di centri di minori, nelle farmacie che hanno molti clienti e nelle farmacie che fanno parte di cooperative / gruppi di acquisto.

Quanto considera le vendite online una minaccia per la sua attività?



Una minoranza di farmacisti ha però reagito entrando nell'online non solo per acquisti / vendite, ma anche per relazionarsi con il cliente / paziente

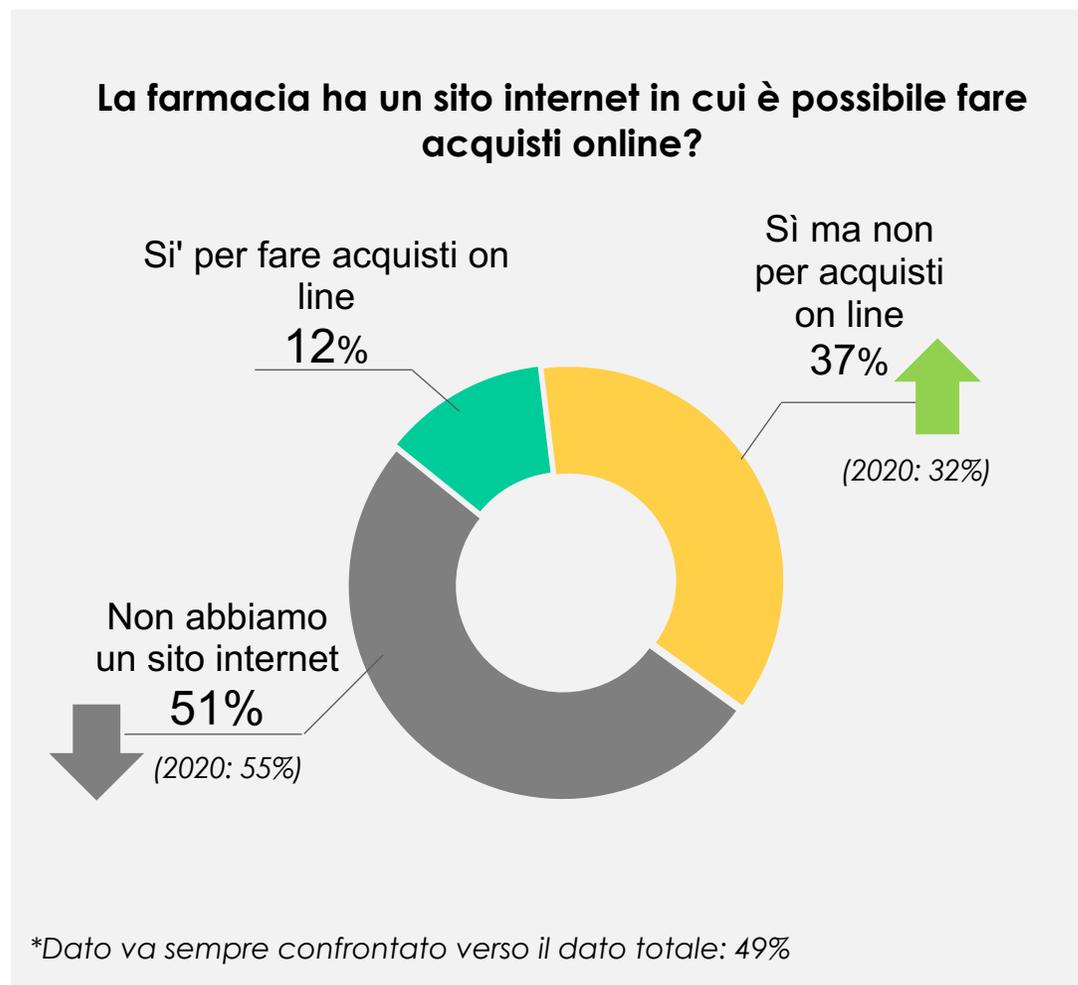
In altre parole, il mondo online ha aiutato un allargamento della farmacia in area consulenza-consiglio.

Il farmacista ha capito che anche il digital può essere uno strumento rilevante nella gestione del proprio paziente / cliente e questo per molti farmacisti è funzionale anche a reggere la competizione con l'online come canale distributivo.



Il sito internet della farmacia

Una farmacia su due dichiara di avere un sito; cresce il numero di quelle che ce l'hanno ma non per acquisti online



Il digital aiuta e conferma, allora, l'opportunità di una continuità di relazione prima e dopo l'ingresso del cliente in farmacia

Infatti, una delle fotografie più importanti dell'evoluzione della farmacia italiana, confermata dall'indagine, è nel riconoscimento del fatto che **il rapporto con il cliente / paziente non si costruisce soltanto quando entra in farmacia, ma è prima e dopo, in una continuità di relazione.**

In altre parole, **la nuova farmacia ReAZIONE deve riuscire a coinvolgere i propri pazienti / clienti non soltanto quando sono in farmacia, ma anche quando NON sono in farmacia.**

E questo a prescindere dall'ampiezza dell'offerta di prodotto e dalle dimensioni della stessa farmacia.

In sintesi, la multi-funzione della farmacia ReAZIONE oggi

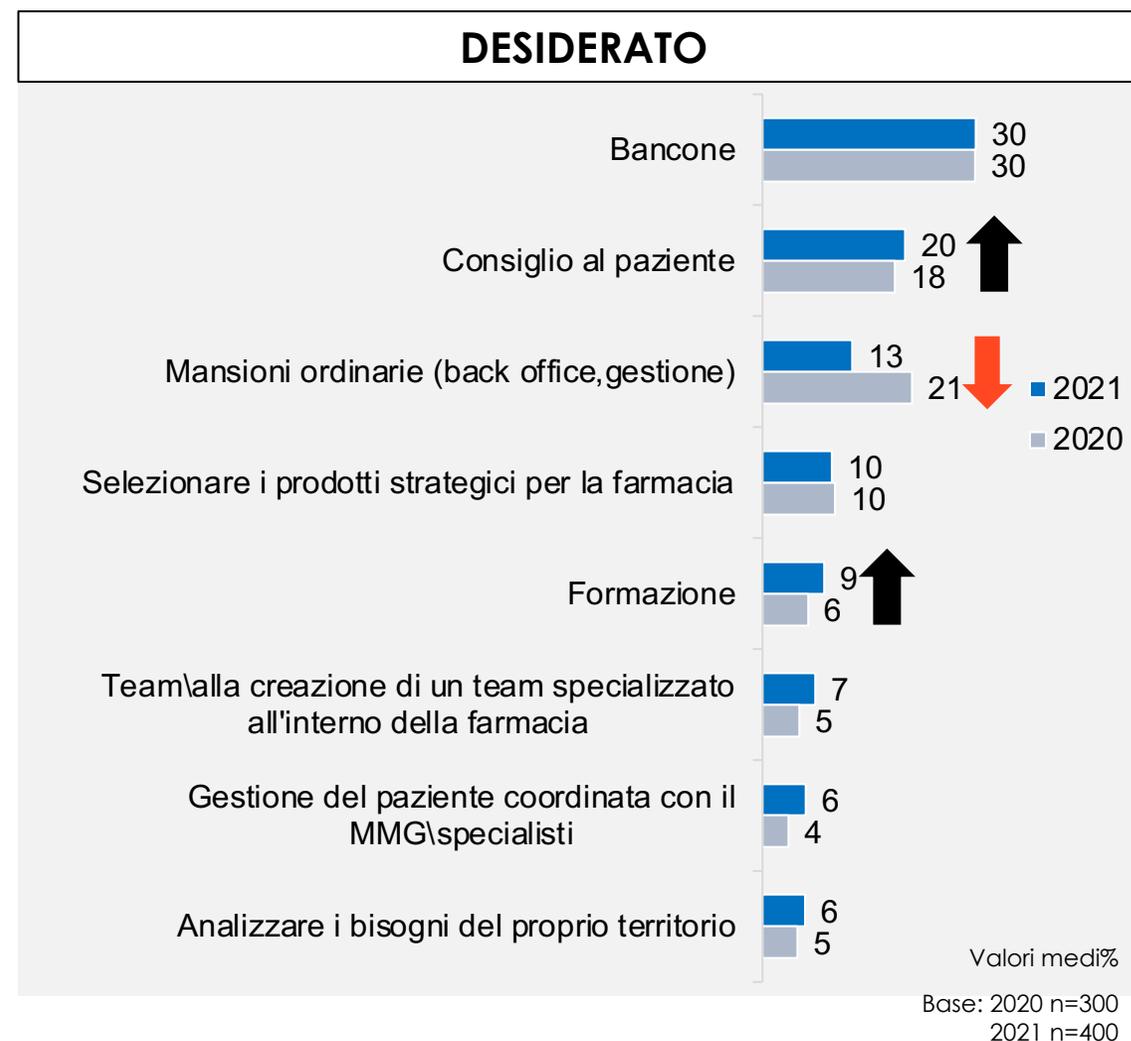
1. **Primo punto di contatto per il paziente / cliente**
2. **Aiuto nella quotidianità della persona, non solo malata, ma anche sana**
3. **In questo senso, supporto fondamentale nella prevenzione e nel mantenimento del benessere della persona sana** (potenzialmente a rischio), **«oltre la condizione di patologia»** (es. monitoraggio delle condizioni di rischio, screening ai familiari dei pazienti / clienti, attenzione a bisogni e sintomatologie latenti)
4. **Ausilio nell'aderenza alla terapia**
5. **Fondamentale raccordo con la medicina territoriale, in particolare con il medico di medicina generale, come triangolazione positiva con il paziente / cliente**
6. **Presidio capillare sul territorio, facilmente accessibile per tutti**
7. **Supporto concreto – assistenziale e psicologico – anche in condizioni emergenziali, verso la garanzia di una continuità assistenziale e di cura sul territorio**

Centrale in questa rivisitazione il fattore tempo: si consolida, infatti, il valore ascrivito al tempo che il farmacista può dedicare al counseling

Si stanno consolidando **segnali importanti** all'interno del nuovo modello di farmacia di relazione

- con un **aumento del desiderio di counseling** al paziente/ cliente dal 18 al 20 %
- e un **desiderio di formazione**, dal 6 al 9 %.

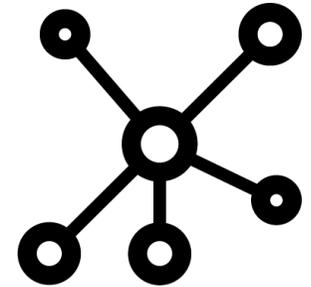
Stiamo parlando di un **professionista che sta «cambiando pelle»**. Il suo desiderio è non stare soltanto dietro al bancone, non occuparsi soltanto di mansioni ordinarie (discesa dal 21 al 13 %), ma **occuparsi di più del paziente / cliente, a partire dalla capacità di consiglio e quindi formandosi da questo punto di vista.**



Inoltre, formazione e network con la medicina territoriale sono tra i «top desiderata» del farmacista

Tra gli **elementi più rilevanti** per la nuova farmacia, **desiderati da quasi un farmacista su due**, vi sono oggi:

- **linee guida e formazione per patologia**, per consigliare meglio il paziente
- **formazione sulle migliori modalità di consulenza al paziente / cliente**
- **formazione su farmaci innovativi, verso la specializzazione di farmacie oncologiche, del dolore, del diabete**
- **creazione di una relazione vincente con la medicina del territorio, con uno scambio di informazioni all'interno del triangolo medico, paziente e farmacista**
- **servizi e informazioni sul proprio ruolo imprenditoriale**



La strategia suggerita dal consensus

Per costruire un nuovo modello di sanità del territorio con al centro il farmacista è necessario implementare una STRATEGIA INTEGRATA, a partire dalla definizione di un incontro professionale tra farmacista e medicina di famiglia

...lavorando prima individualmente, ciascuno nei suoi ambiti

E in seguito insieme, in una relazione positiva condivisa, nella costruzione della nuova sanità del territorio

Le azioni «a monte», individuali sulla farmacia e sulla medicina di famiglia – secondo il consensus

Gli elementi prioritari su cui lavorare:

1. **Attenzione** al paziente / cliente
2. **Capacità di comprensione e lettura** delle diverse problematiche
3. **Ascolto, empatia, accoglienza**
4. **Costruzione di una relazione fiduciaria** con il paziente / cliente
5. **Approccio personalizzato** sulle esigenze del paziente / cliente
6. **Contatto** con il paziente / cliente diretto e anche «extra-servizio»
7. **Problem solving e risposta rapida al problema**
8. **Recupero del tempo dedicato al counseling**



La formazione come elemento chiave

Il nuovo modello di farmacia, anche nella relazione positiva con la medicina territoriale, necessita, allora, di una **strategia di formazione integrata e a più livelli:**

- **Formazione sul proprio ruolo professionale:** sotto la lente formazione al counseling, al ripristino del valore del tempo, alla **relazione** con il paziente / cliente

- **Formazione sulle diverse aree terapeutiche, verso una sempre maggiore specializzazione reale della farmacia e della medicina territoriale**

La formazione come elemento chiave

- A. **Formazione sulla gestione del paziente cronico e su tutti gli aspetti che lo riguardano** (dagli aspetti terapeutici a quelli psicologici a quelli sociali)

- B. **Formazione alla popolazione, verso un recupero della responsabilizzazione del cittadino, per una scelta consapevole del proprio professionista di salute → verso un percorso di automedicazione responsabile**, con il supporto del farmacista e del medico di famiglia

- C. **Formazione all'utilizzo della telemedicina – per operatori sanitari e popolazione – verso una «democratizzazione» delle risorse e del loro utilizzo**

In sintesi

Farmacia ReAZIONE



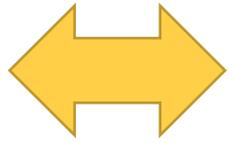
Dopo e anche grazie alle conseguenze dell'emergenza COVID



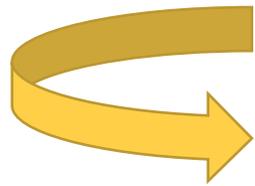
Il farmacista al centro (consulenza e consiglio)



Da solo



Integrato con la sanità del territorio



Con al centro il cliente / paziente