



**COSMOFARMA®**  
REAZIONE • I valori al centro

9 • 12 SETTEMBRE 2021 **BOLOGNA - ITALIA**



**”Farmacia, farmacisti e pazienti: quale *sentiment* durante la pandemia? Spunti per il futuro: i risultati di una ricerca in progress”**

**A Cosmofarma uno studio multidisciplinare che dimostra la centralità del professionista formato, traccia le aspettative dell'utente e dimostra l'importanza del counselling**

*Bologna, 12 settembre 2021.* Quale è stato il *sentiment* dei clienti che si sono recati in farmacia durante la pandemia? Cosa hanno domandato al farmacista? Sono rimasti soddisfatti delle risposte e cosa è mancato? Infine, cosa si aspettano dalla farmacia e dal farmacista nel post Covid? Sono alcune delle domande poste a 502 utenti di farmacia in Italia in un importante studio realizzato da **Paola Brusa**, professoressa associata al Dipartimento di Scienza e Tecnologia del Farmaco (DSTF) all'Università di Torino; **Francesca Baratta** ricercatrice presso il DSTF dell'Università di Torino; **Michele Ciccolella**, psicologo e responsabile nazionale di FarmaHiSkill ed **Elena Folpini**, direttore generale di New Line ricerche di mercato. Una ricerca multidisciplinare che, appunto, partendo dalle domande agli utenti, ha analizzato anche il loro *sentiment*, il grado di soddisfazione e le aspettative verso la farmacia, soffermandosi sul valore del counselling quando esso sia profondamente strutturato, per poi misurarne l'impatto economico e concludere che un investimento nella formazione del farmacista porta davvero a una 'remunerazione' dell'impresa farmacia.

Dalle risposte alle domande proposte ai **502 partecipanti allo studio**, utenti dai 18 agli over 65 anni distribuiti su tutto il territorio nazionale, si evince che nei periodi del primo lockdown, dell'estate 2020 e del secondo lockdown, **chi è andato in farmacia si è sentito sempre sicuro**, spesso lo ha fatto per avere informazioni e delucidazioni, anche e soprattutto sul Covid-19 e che ha trovato questa scelta estremamente utile: praticamente **il 100% degli intervistati ha ottenuto le risposte che cercava**. Non solo, ma la farmacia è stata costantemente utile per poter reperire i dispositivi essenziali di protezione. Agli utenti, però, vista la necessità delle distanze interpersonali, è mancato il contatto diretto col farmacista ed è mancata anche la possibilità di muoversi liberamente dentro la farmacia. Tra gli aspetti critici sono stati segnalati il mancato coordinamento tra medico di medicina generale e farmacista e, all'inizio dell'emergenza sanitaria, il prezzo alto di alcuni prodotti (come le mascherine) e il ritardo nel loro reperimento. **Giudicati benissimo, invece, i servizi come la consegna a domicilio**. Quanto alle aspettative per il futuro, l'utente della farmacia, pur avendone un'immagine estremamente positiva, vorrebbe un rapporto più stretto tra medico e farmacista, e desidererebbe avere più servizi.

Progetto e direzione

**BOS**  
BolognaFiere | Senaf

In collaborazione

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

Con il patrocinio di

Federazione Ordini  
Farmacisti Italiani  
**FE** **canavò**

**federfarma**  
**FUTIFAR**  
Unione Tecnica Italiana Farmacisti

In contemporanea con

**sana**  
33° Salone Internazionale  
del Biologico e del Naturale

**OnBeauty**  
by **COSMOPROF**  
WORLDWIDE BOLOGNA



**COSMOFARMA®**  
**REAZIONE • I valori al centro**

**9 • 12 SETTEMBRE 2021 BOLOGNA - ITALIA**



Infine, sia i più giovani che i più anziani tra gli interrogati non vorrebbero una farmacia virtuale al 100%, dato che sorprende se si pensa alla propensione all'uso del web delle nuove generazioni. La farmacia, di fronte a questi risultati, può dunque muoversi identificando il proprio valore e la propria specificità rispetto alle altre farmacie, chiedere ai propri clienti quali sono le loro aspettative per poi progettare al meglio i servizi offerti. **E il counselling, quello strutturato, fondato su formazione, protocolli e routine coordinata della professionalità, come dimostrato dai dati presentati e in fase di pubblicazione, è uno degli elementi che può dare un maggior valore, anche economico, alla farmacia.**

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](mailto:sara.sacco@senaf.it), 051.0560740

Progetto e direzione

**BOS**  
Bolognafiere | Senaf

In collaborazione

**Bologna Fiere**  
Gruppo **tecniche nuove**  
**COSMETICA ITALIA**  
WSPV, 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