

Il farmacista indipendente: riferimento per il territorio, al servizio delle persone



Si è tenuto giovedì sera, 14 settembre, nella prestigiosa Aula Magna di Villa Valmarana Morosini di Altavilla Vicentina, sede di CUOA Business School, l'incontro dedicato al nuovo ruolo del farmacista, che sempre più deve competere su nuovi mercati e interpretare la sua professione in chiave manageriale e imprenditoriale.

Ad aprire i lavori, **Giuseppe Caldiera, Direttore Generale di CUOA Business School**, che ha offerto ai presenti una panoramica delle attività della scuola e ha definito la cornice nella quale si colloca l'iniziativa rivolta ai farmacisti. CUOA, con la sua **consolidata esperienza nel campo della formazione imprenditoriale e manageriale**, ha colto lo stimolo di **Federfarma e Federfarma Veneto** impegnandosi nella realizzazione di un **percorso formativo focalizzato su una nuova visione della farmacia e dei nuovi modelli** da acquisire per far fronte ai cambiamenti e intercettare e soddisfare nuove tendenze di mercato.

I nuovi scenari nel settore delle farmacie sono una grande opportunità. **Alberto Fontanesi, Presidente di Federfarma Veneto** ha contestualizzato il tema: "Oggi lavorare in farmacia è complicato, è importante saper gestire le nostre aziende. Il rischio più grande che corriamo è non essere preparati a cogliere le nuove dinamiche e i nuovi spazi di mercato. In questo senso, una visione manageriale e un approccio imprenditoriale alla nostra attività diventano la chiave di svolta".

Diventa importante anche pensare alla farmacia come erogatore di servizi. Ne ha parlato ai presenti **Giampietro Brunello, titolare dello Studio Brunello**, sostenitore e parte attiva nella Faculty del corso CUOA: "Il farmacista indipendente ha un futuro interessante, ma deve essere preparato e avere competenze gestionali robuste. La farmacia oggi deve offrire un servizio, è un riferimento per il territorio,

vicino alle persone. Possiamo parlare di una evoluzione verso una farmacia professionale indipendente, con un nuovo modello di business che sviluppi nuove attività utili al cittadino, dalla prevenzione, al controllo periodico in base alla patologia, dall'autoanalisi condotta con la guida e il supporto scientifico del farmacista al primo intervento a favore dei pazienti che entrano in farmacia con problemi specifici da risolvere. In questo modo la farmacia diventa un luogo vicino alle persone, orientato alla prevenzione, alla cura e al controllo, anche in alcuni casi complementare rispetto alle strutture ospedaliere, che stanno percorrendo un processo di aggregazione”.

Il **Gruppo Zambon**, casa farmaceutica con 110 anni di storia alle spalle, ha portato la sua testimonianza. La 3° generazione oggi alla guida spinge con decisione in avanti il business basandosi su valori che sono condivisi e condivisibili con chi opera in farmacia: **attenzione alle persone e all'innovazione**. Ha spiegato **Fabio Torriglia, AD di Zambon Italia**: “Oggi lavoriamo con attenzione massima su alcuni punti: elevato senso di responsabilità, investimento in innovazione, intesa sia come impiego di tutte le nuove tecnologie digitali che come approccio innovativo alle cose quotidiane. Cerchiamo di impostare la nostra attività e la relazione con le farmacie nostre partner sulla cura e l'impegno nelle attività a maggior valore, che ci aiutano a mettere al centro le persone che hanno un bisogno che il farmaco può soddisfare. Oggi è strategico dare identità alla propria attività e bisogna farlo mettendo in primo piano le persone, dobbiamo collaborare con le farmacie che operano il territorio per avvicinarci al paziente e comunicare con lui al meglio”.

A chiudere la serata **Marina Milan, Presidente di Federfarma Vicenza**, che ha messo a fuoco l'importanza del confronto e dell'esperienza per poter dare seguito a questa innovazione di ruolo e di approccio nella gestione della farmacia: “Il farmacista è multicompetente, ha un'ottima preparazione professionale, ma la sua competenza manageriale spesso si è formata sul campo. È importante tornare a studiare e sviluppare competenze approfondite anche sul piano della gestione e dell'organizzazione dell'attività. Il modello della farmacia di servizi è il futuro, ma creare servizi è impegnativo, in termini di tempo e di costi. Per avviare questa trasformazione è indispensabile governare tutte le leve e avere competenza anche nella gestione d'impresa. Questo è un percorso virtuoso, che porterà a far emergere le mille sfaccettature della professione del farmacista e la sua capacità di essere un punto di riferimento per le persone, che è vero sono clienti, ma per noi sono soprattutto pazienti”.

CUOA Business School

CUOA (Centro Universitario di Organizzazione Aziendale) è tra le più importanti Business School italiane e da 60 anni svolge attività di formazione e diffusione della cultura imprenditoriale e manageriale, rivolta a imprenditori, manager, professionisti e giovani neolaureati. Si propone nel mercato nazionale e internazionale con attività e percorsi di formazione che rispondono alle nuove sfide professionali e promuovono lo sviluppo di nuovi modelli di business. Tramite il suo JobCareer Center attiva, inoltre, diverse iniziative per creare le migliori opportunità professionali per i propri Alumni. La sua offerta include: MBA e master, corsi executive e progetti su misura per le imprese, i professionisti e i manager; formazione e consulenza per l'area banking e finanza; progetti in collaborazione con Istituzioni estere per

l'internazionalizzazione delle imprese; attività per lo sviluppo manageriale delle Pubbliche Amministrazioni; diffusione della cultura del Lean Management in Italia.

Corso executive La Farmacia come Impresa

Il percorso ha formula part time ed è studiato per conciliare la partecipazione al percorso formativo e l'attività professionale.

Le lezioni si svolgono il sabato dalle 9 alle 18 a weekend alternati. Il percorso completo prevede 136 ore di didattica, per un totale di 17 giornate. È possibile partecipare anche a singoli moduli didattici, che richiedono un impegno minimo di 2 giornate e massimo di 4 giornate ciascuno.

I temi del corso: Modelli di business e internazionalizzazione, La farmacia dei servizi, Le performance economiche, Category Management e Visual Merchandising, Marketing, Comunicazione e Fidelizzazione del cliente, Lean Organization e gestione delle Risorse Umane.

Nella parte finale del corso (solo per chi frequenta tutti i moduli del percorso completo) i partecipanti avranno la possibilità di essere accompagnati da esperti, nella costruzione di un Business Plan individuale per lo sviluppo di attività e servizi utili alla propria farmacia.