

# puntoeffe

anno X, n. 16 - 29 ottobre 2009



Direttore responsabile: Laura Benfenati - Contiene I.P.

## Ornella Barra

### Obiettivo eccellenza

[www.puntoeffe.it](http://www.puntoeffe.it)

**pf** EDITORE



**Ornella Barra, amministratore delegato di Alliance Healthcare, divisione del colosso della distribuzione Alliance Boots, ne è convinta: per un futuro di successi è indispensabile lavorare insieme a farmacisti e industria. Collaborazione e partnership rappresentano la base di tutti i progetti del gruppo**

DI ANDREA FANTOLI

**U**na situazione ideale che vede il cittadino europeo in viaggio a Parigi, Barcellona, Roma o Mosca riconoscere nel marchio Alphega uno standard di affidabilità, professionalità ed eccellenza che lo contraddistingue. Stiamo lavorando in questa direzione e siamo convinti che con il supporto e la collaborazione dei nostri partner, farmacisti e industrie raggiungeremo il nostro obiettivo». Ornella Barra, descrive in termini entusiastici Alphega Farmacia, progetto creato per implementare il servizio alla

## Farmacista senza frontiere

Ornella Barra, farmacista, è amministratore delegato di Alliance Healthcare, la divisione *Pharmaceutical wholesale* di Alliance Boots con sede a Londra. Alliance Healthcare rappresenta sedici *business unit* (comprese le *joint ventures* e le *associate*) in altrettanti Paesi nel mondo e si occupa di distribuzione farmaceutica e di relazioni con le industrie e i farmacisti. Barra è anche responsabile di Boots International, parte del business che tratta il retail del settore *Health&Beauty*, con punti di vendita in Europa, America, Sud Est Asiatico e Paesi del Golfo. È vice presidente e past president dell'Associazione italiana distributori farmaceutici (Adf), di cui è stata presidente dal 2002 al 2009, e membro del Consiglio di Confindustria e della Federazione internazionale dei distributori farmaceutici (Ifpw). Nel 2007 è stata nominata membro esecutivo del Consiglio di Ecr Europe (*Efficient consumer response*). Ricopre anche il ruolo di *special professor* presso la facoltà di Farmacia dell'Università di Nottingham.

# Obiettivo eccellenza

farmacia da parte del gruppo Alliance Boots. Barra è amministratore delegato di Alliance Healthcare, la divisione *Pharmaceutical wholesale* del colosso della distribuzione intermedia.

Alliance Boots è presente in più di venti Paesi con oltre 115.000 dipendenti.

La sua rete rifornisce quotidianamente più di 140.000 tra farmacie, medici, centri specialistici e ospedali, attraverso gli oltre 370 centri di distribuzione.

**Nella sua ultima relazione all'assemblea dell'Associazione distributori farmaceutici lei ha ribadito l'importanza di salvaguardare l'esercizio professionale della farmacia, centro nevralgico di dispensazione dei medicinali su prescrizione, pur adattandosi alle realtà ed evoluzioni di mercato. In che modo, a suo parere, la farmacia si può adattare a queste nuove realtà?**

Il punto è proprio questo, in che modo la farmacia può adattarsi alla profonda evoluzione del nostro settore senza rinunciare al suo *appeal* e al ruolo essenziale da essa finora esercitato? La risposta è insita nelle ragioni stesse del cambiamento, in atto ormai da tempo, che sono tutte esterne a un'interpretazione tradizionale di figure professionali come quelle del medico e del farmacista. Il centro della scena, infatti, è sempre più consapevolmente occupato dal paziente/consumatore/utente con tutte le implicazioni che ne derivano in termini sociali, demografici, culturali, di mutamento degli stili di vita, di nuove aspettative ed esigenze. La farmacia, in un siffatto contesto, può e deve continuare a

svolgere una funzione primaria solo riuscendo ad assicurare, insieme alla dispensazione dei medicinali su prescrizione, una serie qualificata di prodotti e di servizi differenziati, che abbracciano sia la tutela della salute in senso stretto, sia il soddisfacimento più in generale di una migliore qualità di vita.

**Quali sono, a suo parere, i punti cardine di una riforma del sistema distributivo farmaceutico ormai ineluttabile nel nostro Paese?**

Qualsiasi tentativo di riforma, specialmente in un ambito complesso e articolato come quello della distribuzione farmaceutica, non può prescindere dall'analisi preliminare di due aspetti particolari: da un lato, la definizione del ruolo e delle funzioni della farmacia; dall'altro, il fenomeno piuttosto recente della moltiplicazione dei canali distributivi, sia nel pubblico sia nel privato.

Dal punto di vista strutturale, l'eventuale riforma dovrebbe quindi definire prioritariamente "chi fa che cosa" il più possibile secondo una visione di filiera, considerando le istanze di segno diverso provenienti dall'industria, dalla distribuzione intermedia e finale, dalle Regioni e quindi dal territorio. I punti cardine da perseguire, mai dimenticando - come accennato - l'interesse centrale del cittadino, sono pertanto di assicurare le massime garanzie sanitarie, di generare legalità e trasparenza amministrativa, di recuperare spazi d'efficienza, di prevenire eventuali distorsioni di mercato, doppioni di strutture fra pubblico e privato, spreco complessivo di risorse economiche.

**Lei che ha grande esperienza internazionale, come giudica in questo momento la situazione dei titolari di farmacia italiani, rispetto a quella dei colleghi degli altri Paesi?**

La difformità dei sistemi sanitari tra i vari Paesi che compongono lo scacchiere internazionale, sia dal punto di vista regolatorio, sia da quello economico e fiscale, è talmente rilevante che riesce assai arduo proporre confronti realmente significativi. Ricordato dunque che ogni sistema sanitario nazionale fa storia a sé, va detto tuttavia che vi è un elemento comune, la sostenibilità finanziaria da parte dei governi, che sta creando dovunque grandi difficoltà e la messa in discussione dei sistemi assistenziali di tipo universalistico. Assistiamo così in tutta Europa alla reiterata pressione dei governi, che tendono alla riduzione della spesa pubblica in campo sanitario e alla ricerca di soluzioni alternative o integrative di tipo assicurativo capaci di autofinanziarsi, nonché a campagne promozionali miranti a una maggiore responsabilizzazione degli operatori sanitari e degli stessi utenti. Vale la pena citare come negli stessi Usa la riforma sanitaria proclamata dal presidente Obama stia incontrando forti ostacoli e resistenze. Occorre dire per altro verso che, tutto sommato, la situazione dei titolari di farmacia italiana non mostra segni di rilevante criticità rispetto ad altri Paesi europei e ne fa fede il valore di mercato che tuttora caratterizza le transazioni riguardanti gli esercizi farmaceutici.

**Il presidente di Farmindustria ha di recente dichiarato al nostro giornale: «L'Ssn potrebbe ancora andare a recuperare soldi sul sistema farmacia, se lo volesse, e questo è un pericolo bene avvertito dalla categoria». Lei è d'accordo?**

La cosiddetta Legge anticrisi (n. 102/2009), oltre ad abbassare il tetto della spesa farmaceutica pubblica convenzionata territoriale, prevede un taglio ulteriore di 800 milioni di euro. Dove e come saranno reperiti questi fondi?

È l'incognita che grava pesantemente sul settore distributivo nel suo complesso e che molto ci preoccupa, ben conoscendo la situazione di bilancio delle no-



stre aziende. Penso che noi tutti saremo chiamati ben presto a un difficile confronto, nell'ambito del comparto, spero solo che ciò avvenga in un clima di condivisione e di consapevolezza dei problemi che ci troveremo ad affrontare.

**Qual è il suo giudizio sul recente "decreto Abruzzo" che ha duramente colpito le farmacie?**

Il sistema produttivo/distributivo contribuisce a sostenere la spesa farmaceutica pubblica attraverso una serie di provvedimenti legislativi stabiliti in tempi successivi.

Allo stato attuale, l'industria corrisponde in proprio lo 0,60 per cento del prezzo al pubblico, mentre un altro 0,60 per cento è a carico della distribuzione intermedia e della farmacia in misura proporzionalmente diversa; la farmacia

infine pratica uno sconto per fasce differenziate di prezzo al pubblico (da un minimo del 3,75 per cento a un massimo del 19 per cento) che incide mediamente per circa il 5 per cento.

A tutto ciò è venuto a sommarsi il nuovo contributo dell'1,40 per cento deciso nell'ambito del "decreto Abruzzo", che porta la soglia di contribuzione complessiva al Ssn a oltre il 7 per cento. Questo non può non far riflettere chi dovrà conciliare i delicatissimi equilibri fra sostenibilità della spesa farmaceutica pubblica, marginalità finanziaria delle imprese, remunerazione delle prestazioni erogate alla comunità in termini di prodotti e servizi, pur tenendo conto dei vantaggi e facilitazioni di cui beneficia la farmacia attraverso la distribuzione intermedia.

**Qual è lo stato di salute della distribuzione intermedia in Italia, da sempre caratterizzata da grande frammentazione? Quali cambiamenti prevede nel breve periodo?**

In Italia le imprese distributrici che contano sono circa 120-130, cui fanno capo circa 200 magazzini o siti logistici. Tali aziende sono poi diversamente partecipi di circa dieci raggruppamenti che rappresentano l'80 per cento del fatturato della distribuzione intermedia. La situazione è completamente diversa rispetto al resto d'Europa dove in alcuni Paesi ci sono solo tre-quattro distributori. Ma anche qui da noi, pur molto lentamente, stiamo assistendo a un cambiamento e tutte le aziende sono consapevoli della profondità dei mutamenti in atto e delle spinte che agiscono sul mercato farmaceutico.

**Un suo parere sulla sentenza della Corte di giustizia europea.**

La recente sentenza della Corte di giustizia rappresenta certamente un altissimo enunciato che sintetizza a un tempo il valore imprescindibile dello stato liberale e della libertà d'impresa, con il rispetto e la tutela dei diritti e delle garanzie dovute ai cittadini.

Essa sostanzialmente pone in risalto il valore dell'esperienza professionale del farmacista, rilevando come ogni seppur legittima aspirazione al profitto debba considerarsi in subordine rispetto all'esi-

genza primaria della qualità e puntualità delle prestazioni erogate.

La sentenza, emblematica sotto questo profilo, rappresenta pertanto un punto di riferimento per tutti gli operatori del comparto farmaceutico che sono costantemente chiamati a privilegiare gli aspetti etici, deontologici e professionali della propria attività rispetto a logiche di prevalente significato commerciale.

**Come giudica il livello di aggregazione di farmacie nel nostro Paese?**

Negli ultimi anni abbiamo assistito a diversi tentativi da parte di raggruppamenti di farmacie, gruppi o farmacisti privati di riunirsi, con l'intento principale di contrastare la minaccia rappresentata da un potenziale cambiamento di modello. Contestualmente, la crisi economica globale ha portato indubbiamente a considerare anche in Italia forme di associativismo che in altri Paesi europei esistono già da circa vent'anni. Il mercato, in continua evoluzione, esige inoltre dai professionisti l'acquisizione di strumenti manageriali sempre più sofisticati e di know-how specifici per la gestione dei punti vendita e per soddisfare una clientela sempre più informata ed esigente. In Italia, prima d'ora, il farmacista sentiva meno la necessità di aderire a queste forme di aggregazione, ma come noi di Alliance Boots annunciamo già circa dieci anni fa durante seminari e convegni con i colleghi farmacisti, non si può arrestare l'evoluzione del mondo e del mercato e pensare che tutto rimanga fermo e statico.

Tempo qualche anno e le nostre previsioni si sono avverate. Quando parlavamo di forme di rete virtuale di farmacisti e di diversificazione dei servizi, vi era una certa diffidenza. Oggi molti si rendono conto che si tratta di una filosofia vincente e i vantaggi che ne derivano per farmacisti, partners, industrie e pazienti sono enormi, se il progetto viene compreso nella sua essenza.

**Ci parli del vostro progetto Alphega.**

Alphega Farmacia è uno dei progetti creati per implementare il servizio alla farmacia da parte del gruppo Alliance Boots. Molti dei tentativi sopra citati di "volontà di aggregarsi" sono rimasti tali o

sono naufragati per l'assenza di solide basi, di un background significativo nel settore, di una struttura organizzativa a monte, di obiettivi e strategie chiari.

I vantaggi dell'unione di più farmacisti possono essere diversi, molto dipende dal tipo di modello prescelto; in Italia si sono formati gruppi di acquisto, gruppi di vendita, ma, mi consenta, Alphega rappresenta la differenza. Il nostro progetto nasce nel 2001 in Francia, con l'intento di creare un network virtuale di farmacie che, pur rimanendo indipendenti, potessero usufruire dei benefici, dei servizi e dell'esperienza pluriennale del gruppo Alliance Boots. Il concetto vincente del nostro progetto è che il farmacista mantiene completamente la sua autonomia e indipendenza nella gestione del proprio punto vendita, usufruendo di un pacchetto di servizi e attività a trecentosessanta gradi studia-

to su misura per ogni farmacia e per la sua clientela, da parte di un team di professionisti qualificati e dedicati. Tutte le attività sviluppate sono volte all'ottimizzazione degli spazi espositivi, con analisi scientifiche e di geomarketing, alla gestione della comunicazione al paziente, alla formazione professionale specifica, alla partnership con l'industria, nostro partner fondamentale e insostituibile in questo progetto, e molto altro ancora. Dal 2001 a oggi il progetto si è esteso anche in Italia, Spagna, Inghilterra, Repubblica Ceca, Olanda e Russia fino a raggiungere oltre 2.500 aderenti. Inoltre, Alphega è innovazione e permette ai nostri interlocutori primari, farmacisti e industria, di fronteggiare le sfide del futuro nel modo migliore, con lo spirito imprenditoriale che da sempre ci guida. Sono da sempre convinta che per garantire un futuro di



successi sia indispensabile lavorare insieme: la vera collaborazione e la partnership rappresentano la base di tutti i progetti del gruppo.

*New Green Revolution*  
in cosmesi

Unica 



cosmetici ecologici e biologici

da materie prime naturali  
con ingredienti da commercio equo e solidale

[www.myUnica.com](http://www.myUnica.com)

Tel. 0549996183 - [info@lafiraka.com](mailto:info@lafiraka.com)