

# NOI

## DI FARMACENTRO

INFORMAZIONI, DIALOGO, SCAMBIO DI OPINIONI.

- **L'intervista**  
**Come sta la farmacia?**  
**La parola a due autorevoli**  
**osservatori**
- **Qui redazione**  
**COSMOFARMA 2011**
- **Vita Farmacentro**  
**I Direttori Tecnici:**  
**i "farmacisti della**  
**Cooperativa"**



### In questo numero

#### Il punto

#### L'intervista Come sta la farmacia? La parola a due autorevoli osservatori

#### Eventi COSMOFARMA 2011

#### Vita Farmacentro I Direttori Tecnici: i "farmacisti della Cooperativa"

#### Qui redazione Lettere a Farmacentro

Noi di Farmacentro  
Anno 2 - Numero 5 - Giugno 2011

#### Redazione:

Antonio Astuti - antonio.astuti@farmacentro.it  
Sandro Cesaroni - sandro.cesaroni@farmacentro.it

#### Hanno collaborato a questo numero:

Alfredo Berloni  
Massimo Massa  
Claudio Caprini  
Giovanni Pierini

#### Consulenza editoriale e realizzazione grafica:

Clém Comunicazione srl - Milano

#### Stampa:

Bieffe s.r.l. - Recanati (MC)

#### Foto di copertina:

Fotolia

Per richiedere informazioni o inviare lettere e suggerimenti scrivete a:  
redazione@farmacentro.it

### Il punto

Alfredo Berloni  
(Direttore Commerciale)

A bilancio 2010 chiuso ed approvato all'unanimità dal C.D.A. nello scorso mese di maggio, mi sento di comunicare la mia soddisfazione per il ruolo che FARMACENTRO ha avuto nei confronti dei propri soci. Di una cosa sono persuaso: nonostante il momento quanto mai travagliato per la farmacia, soprattutto per le repentine trasformazioni che non sto a ricordare, abbiamo cercato, come reparto commerciale, di essere sempre attenti alle esigenze dei nostri associati. La presenza forte sul territorio di una cooperativa, poter contare su una base sociale convinta, sono due aspetti basilari e direi vitali per la tutela degli interessi economici dei nostri soci ai quali Farmacentro non farà mancare il proprio appoggio quando sarà il momento di mettere in campo i famosi servizi di cui tanto si parla. Servizi complicati per diversi motivi, non solo per i costi, che potranno così essere sostenibili per tutti.

Nel 2011 abbiamo ulteriormente migliorato le condizioni commerciali sull'etico e sul parafarmaco, condizioni accessibili a tutti indipendentemente dal fatturato espresso, perché Farmacentro premia la fedeltà! Siamo intervenuti con determinazione nelle zone dove storicamente siamo stati meno presenti, mi riferisco alle province di Macerata, di Fermo e di Ascoli dove abbiamo raccolto l'adesione di numerose farmacie. Abbiamo dato corso, perché richiesti, all'ambizioso progetto Bologna, acquisendo in pochi mesi un ragguardevole ed incrementabile 15% di quota mercato e da qualche mese serviamo una trentina di farmacie a Modena e Ferrara. È continuato il consolidamento della rete Farminsieme (120 farmacie) con attività promozionali e di servizi a favore dei cittadini, mettendo le farmacie in grado di competere con altri canali distributivi tanto aggressivi. Non abbiamo trascurato il contatto e la comunicazione con i soci organizzando 26 riunioni zonali alle quali hanno partecipato circa 600 farmacisti dei quali rileviamo non solo gli applausi ma anche le critiche. Chiudo questo breve intervento con un ultimo dato positivo: a tre anni dalla nascita Farmacentro è la terza cooperativa italiana per fatturato. Segno che, nonostante scontate criticità che inevitabilmente esistono ed alle quali con pervicacia cercheremo, nell'interesse di tutti i soci di porre rimedio, la tua cooperativa lavora bene e conosce quali sono le reali esigenze del farmacista di oggi, ma anche di quello di domani.



### L'intervista

## Come sta la farmacia? La parola a due autorevoli osservatori

Botta e risposta con Franco Falorni e Attilio Barbieri sullo stato di salute della farmacia e le possibili cure.



Franco Falorni, pisano, commercialista, dal 1986 ha iniziato ad occuparsi dei conti delle farmacie che oggi sono oltre cento ed assiste con un servizio consulenziale a 360°. La sua attività l'ha portato in questi anni ad addentrarsi sempre più in profondità nella vita culturale, professionale, economico-fiscale della farmacia italiana. È consulente Federfarma, professore alla facoltà di farmacia di Pisa, docente ECM ed apprezzato relatore in numerosi convegni della nostra categoria.

#### Come sta la farmacia, dottor Falorni?

La farmacia come insieme presenta delle criticità, una di queste è il suo valore di avviamento reale che è molto distante da quello nominale. Non possiamo continuare a pensare che l'azienda farmacia valga 2-2,5 volte i ricavi totali rilevati in bilancio. È senza dubbio una tossina che a mio parere va assolutamente rimossa. Un valore medio corretto, calcolato a tavolino, potrebbe essere quello che deriva utilizzando un moltiplicatore che va da 0,9 a 1,5. C'è poi la diversa velocità della farmacia nel percepire e gestire il cambiamento con scelte ed investimenti atti a neutralizzare gli effetti contrastanti dovuti alle politiche di contenimento della spesa farmaceutica ed alle richieste che vengono dalla società. La mia farmacia campione negli ultimi 20 anni ha ridotto i ricavi del 16% e l'utile lordo del 35% e da un mix di ricavi 87% SSN e 13% cassetto, è passata al 55% e 45%. Questo in estrema sintesi.

#### Marginalità, se ne parla sempre più spesso, al pari di una nuova remunerazione.

La marginalità della farmacia apparentemente è aumentata, ma anche il lavoro e purtroppo non per guadagnare di più. E il futuro non prospetta nulla di buono. C'è quindi la necessità impellente di cambiare le modalità di remunerazione: il lavoro del farmacista è cambiato, occorre perciò un riconoscimento della prestazione professionale e la Farmacia dei Servizi va di pari passo con un nuovo concetto di remunerazione. No, non è un palliativo, è una

questione di sopravvivenza per questo organismo vivente che è la farmacia, che non deve abbandonare o allontanarsi dal farmaco che è la sua area di specializzazione. Aggiungo poi, e non scopro nulla di nuovo, che l'esperto del farmaco deve corredare la distribuzione di questo bene prezioso con una prestazione professionale unica, di alto livello, che abbia impatto sul cittadino e giustifichi il pagamento di un onorario professionale al pari di quello di un qualsiasi altro professionista.

#### È possibile dal suo punto di vista migliorare la situazione?

Bisogna intervenire almeno su due fronti. Il primo è quello del controllo interno: indagare i centri di costo e di ricavo della farmacia, individuare i negozi, quelli più redditizi e quelli in perdita e fare delle scelte; attenzione a come si acquista, al mix dei ricavi, ai ricarichi, alle obsolescenze di magazzino e agli inventuti. E occhio anche ai costi di gestione ed all'indebitamento. L'altro fronte è esterno alla farmacia e si declina in termini di sistema, di rete, di cooperativa, di network. Abbandonare l'individualismo, integrarsi ed allearsi, aderire ad una mission condivisa, che superi le mura della farmacia e che abbia un forte connotato sociale. Aspetti questi in cui voi di Farmacentro siete decisamente avanti. In definitiva, più oculatezza e rigore nella gestione della farmacia e maggiore integrazione in un sistema più ampio, per un cambio di orbita necessario, urgente, inevitabile.



Attilio Barbieri, giornalista, scrive su "Libero" fin dalla nascita del giornale diretto da Maurizio Belpietro e Vittorio Feltri, nel luglio 2000. Si occupa di economia e in particolare di agricoltura. Di recente ha fondato un blog sull'origine dei prodotti, www.etichettopoli.com.

Barbieri, di recente su "Libero" ha pubblicato un'inchiesta sulle manovre che rischiano di disarticolare il sistema della distribuzione dei farmaci. L'apertura della vendita dei medicinali di fascia C alle parafarmacie e il superamento della pianta organica.

#### Come le è venuta l'idea di interessarsi delle nostre complicate faccende, siamo così interessanti?

"Ho deciso di approfondire il tema quando ho saputo che stava maturando un accordo a livello politico, per varare una finta liberalizzazione".

#### In che senso finta?

"Perché a beneficiarne sarebbero stati pochi grandi protagonisti, le coop e alcune multinazionali europee, pronte a papparsi il mercato italiano".

#### Quali sono adesso che ci conosce meglio le sue impressioni sul pianeta farmacia, siamo messi davvero tanto male?

"Male direi di no. Per ora. Certo che se in futuro sarete

costretti a confrontarvi con i colossi europei della distribuzione del farmaco...".

#### Fosse un pezzo grosso di Federfarma, che tipo di strategia metterebbe in campo per non essere sotto scacco di poteri tanto forti?

"La strategia della trasparenza a qualunque costo. Certo, ci vuole coraggio perché a parlare chiaro si rischia di innescare interminabili polemiche. Farmacie, parafarmacie, grande distribuzione, intermediari e grossisti del farmaco, Asl, farmacie ospedaliere, multinazionali della pillola: ciascuno ha interessi legittimi da difendere che però coincidono solo in parte con quelli degli assistiti. L'importante è non trasformare questo mercato in un suk senza regole. Quando accade, a vincere sono i poteri forti. Quelli veri, che se ne fregano dei cittadini".



## Eventi COSMOFARMA 2011

Presentato da FederfarmaCo il format della Farmacia del Futuro.



Massimo Massa

Oggi sono più di 2000 i farmacisti provenienti da ogni parte d'Italia che possono rispondere Sì a questa domanda che si è diffusa nei padiglioni della **quindicesima edizione di Cosmofarma svoltasi a Bologna il 13-14-15 Maggio**. Ma che cosa doveva essere assolutamente visto? La risposta nello stand FEDERFARMACO che ha presentato un progetto assolutamente innovativo, il format della farmacia del futuro. L'obiettivo di FEDERFARMACO è raggruppare sotto un'unica Rete tutti i network locali delle Cooperative per valorizzare e ampliare i numerosi servizi già offerti. Il marchio Profar dovrà sempre più diventare un simbolo di garanzia e qualità riconoscibile dal consumatore, che sceglierà le farmacie della Rete con la consapevolezza di ricevere una vasta gamma di servizi con i più alti standard qualitativi.

Per la farmacia, aderire al format significherà comunicare di essere parte oltre che della Rete locale anche della Rete Nazionale di farmacie indipendenti, essere immediatamente riconoscibile e beneficiare quindi di pubblicità ed iniziative promozionali sui media nazionali. Inoltre, essere in Rete per una farmacia significa poter beneficiare di un pacchetto di servizi mirati all'ottimizzazione della redditività:

- Un'analisi di **geomarketing** personalizzata per individuare il bacino di utenza della farmacia, analizzare la concorrenza e le potenzialità della zona.
- Un servizio di **category management** sull'assortimento implementato da un team di merchandiser che riorganizzerà l'esposizione sul punto vendita e che con visite periodiche terrà monitorato il sell-out e aggiornerà l'assortimento a seconda della stagionalità e delle nuove referenze.
- Contestualmente verrà riorganizzata la **comunicazione** in tutto il punto vendita con reglette, velette (i cartelli che indicano la categoria di ciascuno scaffale), stopper per prodotti in

promozione, cartelli prezzo per rendere al cliente più leggibile e riconoscibile l'assortimento proposto.

- Un corso di **formazione** per il personale della farmacia per coinvolgerlo attivamente nel progetto.
- Gli strumenti già attivi in molti network: la carta professionale e commerciale **CartaPRO**, il **Farmaplan** per il miglioramento della gestione della farmacia attraverso l'analisi dei dati e il **circuito visibilità** in collaborazione con le industrie di marca. FederfarmaCo propone inoltre per le farmacie che hanno esigenza di ristrutturare un layout di farmacia esclusivo per il format PROFAR. I mobili sono stati disegnati e realizzati in collaborazione con team di farmacisti, il design è semplice e funzionale alla massima evidenza del prodotto esposto e all'individuazione dell'area consiglio del farmacista. Caratteristiche principali del sistema di arredo proposto sono la flessibilità e l'innovazione di soluzioni semplici che rendono più agevole il lavoro del farmacista. Nel mese di giugno FederfarmaCo verrà a presentare in Cooperativa il progetto a tutti i Soci.



Claudio Caprini e  
Giovanni Pierini

**Nei giorni 13, 14 e 15 Maggio si è svolto, a Bologna, l'ormai consueto appuntamento con Cosmofarma, quest'anno giunto alla sua quindicesima edizione.** Alla manifestazione erano presenti, a testimoniare la grande attenzione posta, oggi più che mai, sul ruolo che la farmacia ed il farmacista hanno in questo delicato momento, le più alte cariche del mondo farmacia, tra le quali Andrea Mandelli, Presidente della FOFI, e Annarosa Racca, appena rieletta alla presidenza di Federfarma. Oltre alla presenza del tradizionale settore farmaceutico, inteso in senso stretto e del mondo di tutti quei servizi che prepotentemente si stanno affacciando negli ultimi tempi nel sistema farmacia, abbiamo

constatato una **particolare attenzione ed una maggiore offerta di prodotti destinati alla cura della bellezza e del benessere.** Tra i numerosi stand presenti, molti consensi ha ricevuto quello di FEDERFARMA.CO che nel suo corner ha organizzato un seminario per far conoscere e toccare con mano la sua idea di farmacia del futuro: un connubio tra nuovi metodi di esposizione e approccio-vendita al pubblico associato ad una indispensabile professionalità, sempre necessaria in farmacia, in quanto capace di creare quel valore in più, tanto atteso e reclamato dai cittadini-utenti. Particolarmente ricco è stato anche il calendario di incontri, dagli argomenti più svariati e che ha visto la partecipazione di moltissimi colleghi farmacisti sempre attenti a migliorare la propria formazione. **Interessante è stata la grande internazionalità della fiera:** abbiamo notato con piacere una considerevole partecipazione dell'estero. Da un lato numerosi

espositori che, grazie ai loro prodotti, cercavano di allacciare relazioni di lavoro con il mercato italiano, dall'altro lato una buona presenza di visitatori provenienti da Paesi stranieri, intenti a prendere informazioni sui prodotti da acquistare, confidando sulla riconosciuta qualità del marchio italiano. Purtroppo, vista l'enorme attesa che si era creata intorno all'argomento FARMACIA dei SERVIZI ci si poteva e ci si doveva sicuramente aspettare che al tema venisse posta un'attenzione ancora maggiore, sia per quanto riguarda l'esposizione e la presentazione degli strumenti operativi ma anche della loro applicazione pratica, per poter dare a tutte le farmacie italiane, grandi e piccole, urbane e rurali, la possibilità di fornire il servizio. Dal punto di vista di noi giovani, animatori dell'Osservatorio di Farmacentro, il bilancio di Cosmofarma 2011 si chiude comunque in modo alquanto positivo. Arrivederci quindi all'edizione romana del 2012.

## I NUMERI DI COSMOFARMA

- Quella di **Bologna 2011** è stata la **15ª edizione** di Cosmofarma Exhibition
- **20.874** i visitatori (**+19,6%** rispetto ai **17.459** dell'edizione bolognese del 2009)
- **+32,7%** le presenze "estero" e **+7,6%** le presenze "Italia"
- **16,4%** sul totale i visitatori che hanno usufruito dell'"ingresso on-line"
- **520** gli espositori (**+1,5%** rispetto a Roma 2010)
- **33.000** i metri quadrati espositivi (**+9%** in più dell'anno precedente)
- L'edizione **2012** si svolgerà a **Roma**

COSMOFARMA  
EXHIBITION





## Vita Farmacentro I Direttori Tecnici: i “farmacisti della Cooperativa”

Tante responsabilità ma anche tante soddisfazioni per i colleghi dietro le scrivanie.



Antonio Astuti

Ogni manuale che elenca gli **sbocchi professionali** del laureato in Farmacia contempla ad un certo punto la voce “In qualità di **Direttore Tecnico** nella distribuzione intermedia”. Ma cosa significa per un farmacista esercitare il mestiere del **Direttore Tecnico**? Dato che, per legge, ogni stabilimento che opera nella distribuzione di prodotti farmaceutici necessita di una figura con compiti ben precisi e che, soprattutto, sia laureato in Farmacia, la nostra Cooperativa annovera fra gli elementi di spicco della sua squadra manageriale ben due Direttori Tecnici, uno per magazzino, lo abbiamo chiesto proprio a loro.

**Come motivate la vostra scelta professionale?**

**Antonella Pètrina, Jesi**

“Sono nata in farmacia, nel senso che mia madre è farmacista e dal lato paterno siamo alla

terza generazione operativa dietro il banco. Mi piace molto la professione di Farmacista in tutte le sue possibilità lavorative. Per caso, 24 anni fa, ho avuto l'occasione di fare il Direttore Tecnico e ho accettato subito, buttandomi nell'avventura con l'incoscienza giovanile di chi,



Antonella Pètrina

Paolo Masciarri

dopo aver dispensato per qualche anno farmaci e consigli ai clienti, si è trovata a dover gestire la qualità del servizio per 290 Soci, in 5.500 metri quadrati di magazzino e con 26.000 referenze. Si è trattato di una bella scommessa, ma la voglia di fare e migliorare non mi è mai mancata e non mi manca nemmeno oggi, seppure con la consapevolezza derivante dalla ‘maturità’.”

**Paolo Masciarri, Perugia**

“Anche per me è stato un **caso**, dato che mentre facevo il farmacista a Santa Margherita Ligure ho saputo di un'occasione presso una grande azienda di distribuzione che cercava un Direttore Tecnico che svolgesse anche un'attività consulenziale professionale alle farmacie. Ancora oggi sono molto soddisfatto di quella scelta, che mi fa sentire un **vero farmacista** dato che sono obbligato, in senso positivo, a conoscere a tutto tondo il vasto mondo dei prodotti per la salute. Del percorso mi piace poi ricordare il mio ritorno in Umbria e le due **straordinarie emozioni** vissute a cavallo degli anni 2008 e 2009, con prima la ‘chiusura’ di UMBRAFARM e poi, il 2 gennaio, la nascita di Farmacentro con le pratiche da noi presentate personalmente presso il Ministero della salute.”

**Quali sono gli specifici compiti del Direttore Tecnico?**

**Antonella Pètrina**

“La nostra attività è simile a quella del **titolare o direttore** di farmacia, dato che abbiamo le sue stesse responsabilità per quanto riguarda la gestione professionale: non a caso il Ministero

ha mutato la qualifica che oggi dovrebbe essere correttamente definita ‘**Persona Responsabile**’. E, appunto, questa figura è responsabile, anche di fronte alla Legge, della qualità del servizio svolto alle farmacie servite, in tutte le sfaccettature, dalla più banale, ma molto importante, come la **scadenza** dei prodotti, per arrivare al trasporto adeguato nonché alla consegna ‘sicura’. Volendo riassumere tutto in un'affermazione per certi versi abbastanza ‘forte’, il **Direttore Tecnico è un obbligo di legge**. Ma io non ho mai voluto operare in maniera così riduttiva.”

**Paolo Masciarri**

“A quanto già detto da Antonella posso aggiungere che le Norme di **Buona Distribuzione**, come del resto l'**HACCP**, prevedono l'obbligo di un'accurata analisi di tutte le attività aziendali che vanno ad incidere sulla qualità della merce e del servizio offerto, ovviamente con il rispetto di numerosi parametri comportamentali, qualitativi, di formazione e di controllo. Inoltre dobbiamo mettere per iscritto, attraverso autentiche **procedure**, tutto ciò che facciamo ed eseguire ciò che si è scritto.”

**Come si svolge la vostra giornata tipo e con quali reparti vi interfacciate di più?**

**Antonella Pètrina**

“Generalmente **non riesco praticamente mai a programmare la mia giornata**, visto che quasi quotidianamente capitano eventi capaci di cambiare l'ipotetica scaletta, tipo visite non preventivate dei **NAS**, delle ASL, del Servizio Veterinario e di quello di Igiene, dei controlli per i rifiuti ecc. Di regola, il primo compito riguarda la verifica degli ultimi provvedimenti ministeriali, dai ritiri urgenti, alle modifiche dei foglietti illustrativi, alle revocche: insomma tutto ciò che concerne la **corretta esitabilità** dei prodotti presenti in magazzino. Successivamente la mia attività si svolge nel monitoraggio continuo delle attività svolte dalla Cooperativa che impattano la qualità del Servizio, partendo dall'ingresso merci e passando poi via via dallo stoccaggio, dall'allestimento, dalle consegne, dai resi e dalla conservazione delle merci.”



Ovviamente per il buon andamento di tutto ciò lavoro in stretta collaborazione con i Responsabili aziendali, con gli operatori del magazzino e mi avvalgo del prezioso aiuto degli storici operatori del reparto resi, **Stefano Piersantelli, Lidia Pollonara, Stefano Pasquinelli, Dorian Rosini e Gloria Ramazzotti**. È grazie alla dedizione di tutti che riusciamo a mantenere un elevato standard di qualità movimentando fino a **50.000 pezzi, 28.000 referenze**, due volte al giorno, sei giorni alla settimana.”

**Paolo Masciarri**

“In questo mestiere difficilmente una giornata è uguale all'altra e a completamento di quanto già descritto ne descrivo una ad esempio: **controllo** e organizzazione dei ritiri dal commercio, **controllo** delle temperature di conservazione della merce durante il trasporto, **controllo** e firma dei buoni acquisti stupefacenti, visione e controllo dei nuovi prodotti introdotti in azienda, formazione degli operatori di magazzino, **verifica** della qualità delle consegne fatte alle Farmacie.”



Voglio cogliere l'occasione per ringraziare in questo preciso ambito i miei colleghi e in particolar quelli del Reparto Resi - **Liana Squarta, Marusca Carciani, Paolo Cavalaglio, Elisca Zetti, Lorenzo Belli e Jessica Barbieri** - che giornalmente collaborano con me. Nella nostra organizzazione infatti questo reparto dipende direttamente dalla Direzione Tecnica e quindi è senz'altro quello più vicino a noi ma praticamente tutti devono interagire e confrontarsi con il Direttore Tecnico, essendo noi responsabili della merce dal suo approvvigionamento sino alla

**Tre consigli di Paolo Masciarri e Antonella Pètrina sui prossimi “impegni” tecnici in farmacia**

- 1) **Sistri**: la sua partenza dovrebbe essere rinviata al 1° gennaio 2012.
- 2) **Procedura Resi Farmacentro**: le novità vi sono già state inviate in farmacia.
- 3) **Ass.Inde.**: la prossima scadenza è a luglio.

consegna in Farmacia. La nostra è un'attività che in modo **trasversale** si trova a contatto con tutti i settori aziendali.”

**Quale tipo di rapporti avete con i Soci?**

**Antonella Pètrina**

“Con molti di loro **ci sentiamo spesso**, oltre che per scambiare opinioni di carattere professionale e confrontarci sulle modifiche delle varie normative, anche per le conferme dei provvedimenti sui prodotti. Con la gran parte dei Soci di Jesi si può dire che siamo **cresciuti insieme** e questo rende il nostro rapporto fiduciario ed amichevole, pur con i ‘rimproveri’ che possono capitare quando sono necessari. La particolarità è però che quando mi capita di interloquire con i colleghi di Perugia, logicamente in contatto diretto con Paolo Masciarri, non si avverte nulla di diverso, trasmettendo un'ulteriore consapevolezza di far parte di **un'unica società**. Approfitto di queste righe per salutare i **nuovi Soci** che sono entrati in Cooperativa in questi ultimi mesi, con particolare riferimento ai numerosi farmacisti che raggiungiamo in Emilia-Romagna.”

**Paolo Masciarri**

“I rapporti con le Farmacie sono continui e si svolgono o per il tramite di nostre circolari o telefonicamente, oltre ad incontrarci in corsi d'aggiornamento e/o formazione. Principalmente affrontiamo argomenti di tipo **tecnico/professionali** sui prodotti o sulle attività della Farmacia o sui servizi offerti dalla Cooperativa e quindi sulle varie **problematiche** che coinvolgono il Farmacista e la sua professione.”

**Cosa si potrebbe fare per migliorare sempre più il servizio?**

**Antonella Pètrina**

“Le cose che più ci stanno a cuore sono la **Qualità** ed i **Servizi** ai Soci. Ci piacerebbe infatti poterli supportare sulle tante incombenze previste per rispettare le varie leggi (**HACCP, SISTRI, ASS.INDE, FARMACIA DEI SERVIZI** e via dicendo).”

**Paolo Masciarri**

“Offrire all'azienda e alle Farmacie un **profilo professionale** sempre più alto: è quello che ci preffissiamo di fare giornalmente. Per il futuro sicuramente si potrà lavorare per poter aiutare maggiormente il farmacista nella sua attività quotidiana.”

Qui redazione

# Lettere a Farmacentro

Apriamo il dibattito sul domani delle nostre farmacie e della Cooperativa.



Il dibattito sul prossimo futuro del nostro mondo si fa ogni giorno più serrato ed impegnativo e a risentirne è anche lo stretto rapporto che esiste fra la Cooperativa ed il suo naturale terminale sul territorio, la Farmacia.

Ecco quindi che le richieste si fanno sempre più pressanti, le promozioni acquistano interesse al pari di qualsiasi opportunità commerciale, le discussioni politiche si fanno sempre più

articolate e così via. In una situazione del genere, siamo stati stimolati da alcuni Soci ad aprire una finestra su NOI di FARMACENTRO che deve trasformarsi in una sorta di opening space a disposizione dei Soci, speriamo in gran numero, desiderosi di interloquire direttamente con la propria Cooperativa e con gli uomini che la conducono, sia a livello aziendale che dirigenziale. Ben venga una simile proposta! E ben vengano tutti gli interventi utili ad aprire un confronto costruttivo, finalizzato a migliorare ogni giorno di più il servizio che Farmacentro può offrire alle farmacie, a loro volta chiamate dalla collettività, a rinnovarsi e a presentarsi al pubblico sotto una nuova forma di presidio sanitario a 360°. Come già avevamo fatto in precedenza, siamo perciò di nuovo qui a stimolare un colloquio con i Soci (detto e sottolineato che anche chi si occupa in prima persona di questa rivista è un

Socio!!!), per individuare i margini di crescita reciproca e soprattutto per rinforzare, con positiva energia, il legame che stringe la centrale alle farmacie, terminali sul territorio.

Un esempio di circolo virtuoso che concretizzato appieno, non può che essere ricco di soddisfazioni per tutti. E siccome tante volte per volersi bene è fondamentale anche chiarirsi e superare possibili incomprensioni, ecco che dal prossimo numero, in uscita dopo l'estate, NOI di FARMACENTRO ospiterà in grande evidenza le lettere dei Soci, un appuntamento che dovrà diventare abituale perché di fondamentale importanza per tutti noi. Scrivete a:



[redazione@farmacentro.it](mailto:redazione@farmacentro.it)



visita il nostro sito: [www.docgenerici.it](http://www.docgenerici.it)



**DOC**  
GENERICI PER SCELTA