



Contatto marketing:
Anna Dall'Osso
anna.dalosso@editricetemi.com

Contatto stampa:
Cecilia Biondi
cecilia.biondi@editricetemi.com

Rinnovare la filiera farmaceutica: si può fare!

Il progetto Pharmaidea dimostra che rinnovare i tradizionali modelli di interazione nella filiera farmaceutica è non solo possibile ma anche esempio di nuovo valore per altri processi della catena

Monza, 26 ottobre 2022. Nata nel 2000 come start up, Pharmaidea rappresenta una piattaforma commerciale che mette in contatto le aziende farmaceutiche da una parte e le farmacie dall'altra. L'obiettivo è quello di promuovere all'interno della farmacia i brand delle aziende mandanti, grazie ad una serie di servizi messi loro a disposizione quali rete frontale in farmacia, contact center, piattaforme digitali e attività di digital marketing. *«Tecnicamente ci definiamo una "contract sales organization": lavoriamo per conto delle aziende farmaceutiche con un approccio multicanale alla farmacia. In pratica, pensiamo di poter offrire un livello di "efficienza ed efficacia" diverso da quello che può essere offerto dai modelli più tradizionali, quanto al presidio del punto vendita»* spiega **Gianpiero De Mestria, Amministratore Delegato, Pharmaidea.** *«Le reti commerciali monocanale delle aziende farmaceutiche infatti garantiscono notevole efficacia, ma limitata efficienza; i canali tipici della distribuzione intermedia, invece, vantano un'elevatissima efficienza, ma scontano minor efficacia. Per questo è nato un modello come il nostro, che si posiziona al centro di queste esigenze e intende trovare un miglior trade off fra efficienza ed efficacia delle attività di distribuzione».*

Ora, la supply chain farmaceutica in Italia, come noto, vede una netta suddivisione fra ruoli svolti da attori diversi: dopo il produttore dei farmaci o dispositivi medici abbiamo infatti il depositario o distributore primario, il grossista o distributore secondario e a valle l'utenza finale che potrà essere farmacia od ospedale. Se queste suddivisioni debbano esistere ancora o per sempre nel rispetto rigoroso dei relativi confini, o se la supply chain non stia già offrendo lo spazio per nuovi modelli, è il tema che sarà affrontato da **Stefano Novaresi, membro del Comitato Tecnico della rivista Impresa Sanità,** con i relatori della tavola rotonda di riflessione sulla supply chain sanitaria, nella tarda mattinata del 10 novembre, al convegno "L'efficienza della gestione dei processi sanitari". Ed è a questa discussione che il progetto Pharmaidea intende dare un possibile contributo.

«L'esperienza che stiamo vivendo con Pharmaidea riguarda solo un tratto della catena del valore, ma i risultati che ha generato dimostrano che rinnovare almeno parte di questo processo è possibile. Se così è stato per noi, allora sarà altrettanto possibile guardare con occhi nuovi altri tratti della catena, per evidenziare nuove aree di generazione di valore» prosegue Gianpiero De Mestria, che per questo interverrà al dibattito alla tavola rotonda. *«Per qualunque relazione fra stakeholder che abbia come intento finale la soddisfazione del consumatore (che è in questo caso è*

l'assistenza al paziente), si potranno valutare i vantaggi derivanti dall'introduzione di modelli innovativi. Solo per fare un esempio, il servizio PhiSOS, che fa parte della nostra offerta, consente al farmacista di gestire nel modo più veloce farmaci non disponibili causa carenze produttive: è rivolto alla farmacia ma il suo effetto ultimo è una miglior compliance terapeutica per il paziente. Ma non abbiamo l'esclusiva delle buone idee. Altri modelli di distribuzione verso il paziente li abbiamo sperimentati con altre aziende del Gruppo Petrone, in particolare nel periodo Covid, primo fra tutti il servizio di prelievo dei farmaci dispensati dagli ospedali direttamente ai pazienti con delivery at home: altro modo per difendere la continuità della terapia in una situazione di forte limitazione degli accessi in ospedale. Esempi di innovazione determinati da disruption produttiva, il primo, o disruption di situazione, quella dovuta alla pandemia, dove l'introduzione di processi diversi ha consentito di raggiungere meglio gli obiettivi stessi della filiera. Giusto quindi analizzare il rapporto fra azienda farmaceutica, ospedale e paziente, per verificarne le performance e nel caso proporre soluzioni per migliorarne i livelli di efficienza ed efficacia».

«In riferimento al tema che sarà in discussione alla tavola rotonda» conclude Gianpiero De Mestria «personalmente non amo le barriere rigide, sono più favorevole ad un concetto di mercati "liquidi" e a forme di "coopetition" nelle quali anche soggetti che operano in ruoli concorrenti possano trarre beneficio da forme di collaborazione trasversali a tutto il mercato; anche perché è il mercato stesso che accoglie nuovi modelli, si pensi ad esempio all'avanzata dell'e-commerce farmaceutico o alle realtà generate dall'idea di benessere associata a quella di salute, come ad esempio le parafarmacie. Rimanere vincolati ai confini vigenti può non essere sempre un obiettivo virtuoso: meglio invece valutare nuove forme di collaborazione, con il fine ultimo di fornire al nostro utente finale – il paziente – la miglior esperienza di consumo, che è anche l'obiettivo delle case farmaceutiche stesse».

Sono riflessioni rilevanti in uno scenario come l'attuale, che vale la pena seguire partecipando alla tavola rotonda di riflessione sulla supply chain sanitaria, che si svolgerà nell'ambito del convegno **“L'efficienza della gestione dei processi sanitari”**, in programma per la sua XIII edizione, in versione mista, on line e in presenza presso Villa Torretta (Sesto San Giovanni – Milano), un'ampia struttura situata alle porte di Milano e facilmente raggiungibile sia dai principali collegamenti autostradali, sia per coloro che provengono dal centro città oppure dalle stazioni ferroviarie. L'evento è organizzato da Editrice TeMi con le riviste *Impresa Sanità* e *Logistica Management*, con il supporto delle associazioni Assologistica, Assoram e In.Ge.San.

Tutte le informazioni sono disponibili sul sito: www.logfarma.it dove troverete anche i rimandi alle dodici edizioni precedenti.

Per iscrivervi all'evento, in presenza oppure on line, potete [cliccare qui](#).

Editrice TeMi

Editrice TeMi, casa editrice con sede a Monza, pubblica:

Logistica Management (logisticamanagement.it), la rivista di riferimento nel panorama logistico italiano e nel supply chain management. Presente sul mercato da più di 20 anni, si rivolge ad un ampio target di manager della logistica, della produzione, della distribuzione e della supply chain.

Impresa Sanità (impresasanita.it) la rivista, pensata per il manager della Sanità, è un nuovo modo di fare informazione nell'ambito sanitario con l'obiettivo di diffondere notizie, tendenze, studi e novità inerenti soluzioni organizzative, logistiche, sistemi e nuove tecnologie per migliorare i processi lungo la filiera del farmaco e della sanità.

Chimica Magazine (chimicamagazine.com), la rivista che si occupa dell'efficienza e dell'utilizzo ottimale delle risorse in tutti gli ambienti dell'industria di processo: in particolare l'industria chimica e farmaceutica e il settore oil&gas. Con un occhio particolare alla sostenibilità, all'ambiente e alle energie rinnovabili.

Datavaluemagazine.com, presente in Italia, Francia e Spagna da gennaio 2015, è un portale dedicato all'innovazione digitale e ai temi che si concentrano sul concetto del "valore del dato" partendo da come e dove lo si raccoglie, dove lo si conserva, come si gestisce ed elabora sino a come lo si utilizza, interpreta e visualizza. Davaluemagazine è accompagnato dall'Annuario Scanpages, dedicato alla Raccolta dati, la Mobilità e alla Tracciabilità.

Editrice TeMi organizza **eventi specializzati** per settore merceologico e incontri di business "One2Ten" strutturati secondo esigenze specifiche e focalizzati su un tema o una soluzione tecnologica particolare.

Inoltre, mette a disposizione delle aziende servizi di **web marketing** per garantire al mercato una comunicazione completa e in tempo reale.

Gestisce su YouTube lo spazio "**temichannel**" (youtube.com/temichannel) per la pubblicazione di video di casi di successo, demo di prodotti e servizi: strumento di grande efficacia a completamento della parola stampata o su web.

Editrice TeMi, Via Italia 39, 20900 Monza (MI), tel. 039-2302398, fax 039-2302383,
press@editricetemi.com
www.editricetemi.com