

Le Farmacie italiane in relazione all'andamento dell'attività (parte 2)



L'approfondimento dell'analisi delle caratteristiche delle farmacie a partire dalle dichiarazioni in merito all'andamento dell'attività, iniziato sullo scorso numero di Bellezza in Farmacia, si conclude con questo articolo realizzato in base ai dati forniti, ancora una volta, dal Censimento MMAS Farmacie Marketing & Telematica, società di Arese specializzata in servizi di trade intelligence che ogni sei mesi profila il trade in venti settori merceologici, rilevandone i trend di sviluppo.

L'andamento dell'attività

Dall'analisi delle risposte raccolte da Marketing & Telematica presso le farmacie italiane risulta che, durante il 2009, su 10 di esse, 6 hanno registrato un andamento del lavoro stabile, 2 sono cresciute e 2 hanno invece evidenziato una diminuzione del lavoro.

Al contrario delle risposte indicanti stabilità, quelle indicanti flessione e crescita non sono molto omogenee nelle diverse aree del Paese: la quota di farmacie in crescita nel Nord Est raggiunge quasi il 25%, contro il 18% messo a segno nel Sud e nelle Isole; analogamente, le farmacie in flessione sono pari al 20,1% nel Meridione e solo al 14,7% nel Centro.

L'andamento dell'attività e la superficie della farmacia

Andando ad analizzare l'andamento dell'attività in relazione all'ampiezza del punto vendita, si nota che circa il 61% delle farmacie dichiara stabilità, il 22% cresce e il 17% registra una flessione. Se in genere, quindi, soffrono di più i punti vendita più piccoli, ciò è vero soprattutto per quelli in classe 30 metri quadrati, al contrario di quelli nella classe più alta, oltre i 150 metri quadrati.

A livello di aree Nielsen, queste le maggiori evidenze: il Centro spicca per la quota più alta di farmacie in crescita nella fascia più ampia di grandezza (33,6%), il Sud per la maggiore sofferenza delle farmacie in

Andamento del lavoro

	In Crescita	In Diminuzione	Stabile	Totale
A1	22,2%	15,9%	61,9%	100,0%
A2	24,9%	15,1%	59,9%	100,0%
A3	22,5%	14,7%	62,8%	100,0%
A4	18,0%	20,1%	61,9%	100,0%
Italia	21,2%	17,1%	61,7%	100,0%

Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

Andamento del lavoro e classe ampiezza della Farmacia

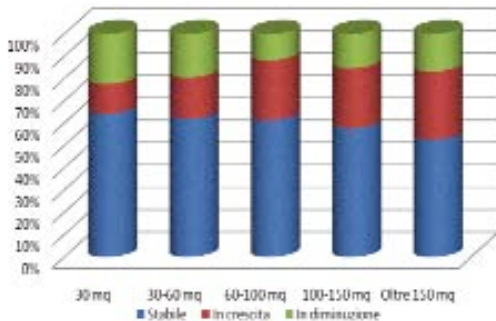
Fascia Mq	Stabile			
	A1	A2	A3	A4
30 mq	64,2%	60,1%	58,0%	57,9%
30-60 mq	61,8%	60,7%	61,5%	60,0%
60-100 mq	61,3%	57,5%	66,5%	64,4%
100-150 mq	57,7%	62,4%	56,0%	63,2%
Oltre 150 mq	52,6%	58,8%	54,9%	58,9%
Media area	61,3%	59,5%	62,3%	61,7%

Fascia Mq	In crescita			
	A1	A2	A3	A4
30 mq	13,5%	19,1%	21,9%	14,0%
30-60 mq	18,7%	23,5%	19,4%	16,9%
60-100 mq	27,0%	28,0%	22,3%	19,5%
100-150 mq	27,0%	20,9%	29,4%	19,7%
Oltre 150 mq	30,5%	31,3%	33,6%	26,7%
Media area	22,5%	25,0%	22,8%	18,1%

Fascia Mq	In diminuzione			
	A1	A2	A3	A4
30 mq	22,3%	20,8%	20,1%	28,1%
30-60 mq	19,5%	15,8%	19,0%	23,1%
60-100 mq	11,7%	14,4%	11,2%	16,2%
100-150 mq	15,4%	16,7%	14,5%	17,1%
Oltre 150 mq	16,8%	10,0%	11,5%	14,4%
Media area	16,2%	15,5%	14,9%	20,3%

Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

A1 - Andamento del lavoro e classe ampiezza della Farmacia

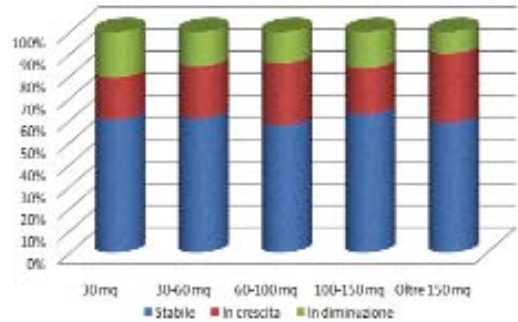


Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

generale, ma soprattutto fino a 60 metri quadrati, il Nord Est per la più elevata quota di farmacie in crescita (25%, che arriva a toccare

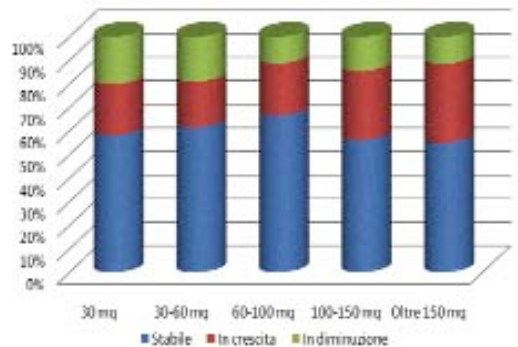
addirittura il 28% nella classe 60-100 metri quadrati e a superare il 31% nella classe oltre i 150 metri quadrati).

A2 - Andamento del lavoro e classe ampiezza della Farmacia



Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

A3 - Andamento del lavoro e classe ampiezza della Farmacia



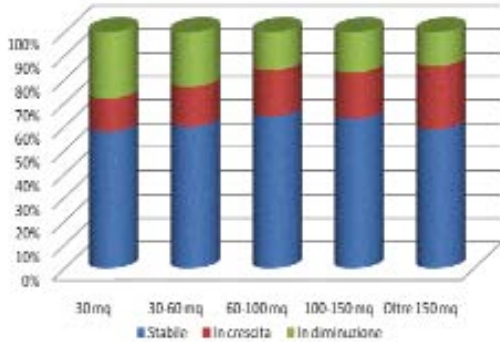
Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

L'andamento dell'attività e i servizi di analisi

Circa una farmacia su due in Italia offre all'utenza servizi di analisi. Analizzando l'andamento dell'attività di chi offre questo servizio, si nota che ovunque tranne che al Sud la fruibilità del servizio di analisi influenza positivamente il trend; al Sud e nelle Isole, al contrario, la

quota di dichiarazioni di crescita è più bassa e ad essa corrisponde anche una più alta quota di dichiarazioni di flessione rispetto alle altre aree. L'area dalle prospettive migliori risulta essere quella del Nord Est con la frequenza più bassa di dichiarazioni di flessione (16,5%) e la più alta di crescita (22,6%).

A4 - Andamento del lavoro e classe ampiezza della Farmacia



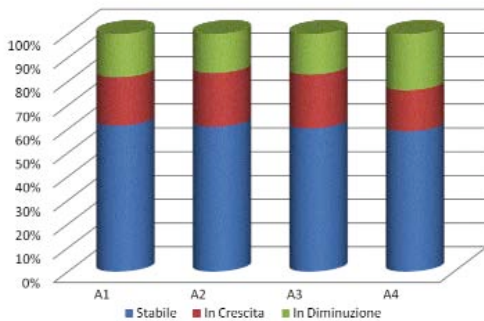
Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

Andamento del lavoro e presenza servizio di Analisi

	Stabile			
	A1	A2	A3	A4
Si	61,4%	61,0%	60,2%	59,0%
	In Crescita			
	A1	A2	A3	A4
Si	20,4%	22,6%	22,6%	17,3%
	In Diminuzione			
	A1	A2	A3	A4
Si	18,2%	16,5%	17,1%	23,7%

Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

Andamento del lavoro e presenza servizio di Analisi



Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

L'andamento dell'attività e il numero di laureati

L'indagine di Marketing & Telematica consente

di osservare una correlazione anche tra l'andamento del lavoro e il numero di addetti laureati che lavorano in

farmacia.

Generalmente si rileva un trend in crescita più elevato in presenza di uno o due addetti laureati, in particolare nell'area Nord Est.

Tra le farmacie con un trend stabile, il Centro spicca per la maggiore quota di dichiarazioni di questo tipo rispetto alle altre

aree del Paese (62,3%) e il Nord Est per la più elevata quota di risposte in corrispondenza della fascia oltre 3 laureati (66,1%).

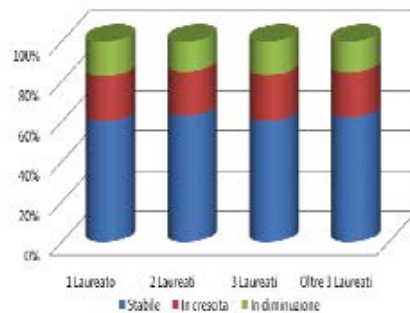
Considerando le farmacie in flessione è evidente poi che alle quote più elevate di farmacie in sofferenza corrisponde un numero di laureati più basso.

Andamento del lavoro e numero addetti laureati

	Stabile			
	A1	A2	A3	A4
1 Laureato	60,1%	47,7%	50,9%	59,3%
2 Laureati	62,9%	58,4%	63,1%	60,8%
3 Laureati	60,3%	56,0%	64,8%	63,3%
Oltre 3 Laureati	62,1%	66,1%	63,8%	64,2%
Media	61,6%	59,6%	62,3%	61,8%
	In crescita			
	A1	A2	A3	A4
1 Laureato	22,5%	29,3%	26,3%	15,5%
2 Laureati	22,1%	27,0%	20,1%	19,0%
3 Laureati	22,9%	26,5%	24,2%	16,5%
Oltre 3 Laureati	22,5%	21,3%	22,3%	20,3%
Media	22,5%	25,0%	22,7%	18,0%
	In diminuzione			
	A1	A2	A3	A4
1 Laureato	17,4%	23,0%	22,8%	25,3%
2 Laureati	15,0%	14,5%	16,8%	20,2%
3 Laureati	16,8%	17,5%	11,0%	20,2%
Oltre 3 Laureati	15,4%	12,6%	13,9%	15,5%
Media	16,0%	15,4%	15,0%	20,2%

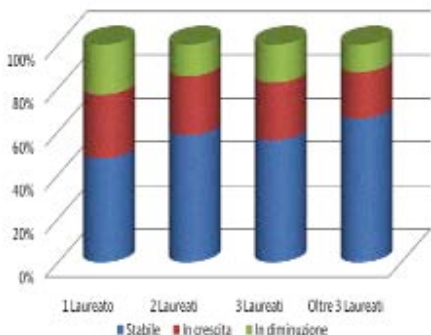
Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

A1 - Andamento del lavoro e numero addetti laureati



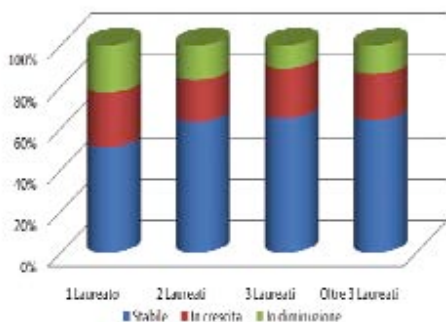
Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

A2 - Andamento del lavoro e numero addetti laureati



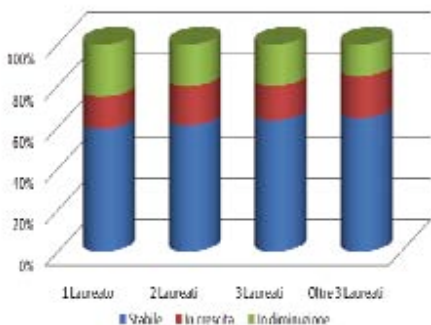
Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

A3 - Andamento del lavoro e numero addetti laureati



Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

A4 - Andamento del lavoro e numero addetti laureati



Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

MARKETING & TELEMATICA

Marketing & Telematica è una società specializzata in interventi di trade intelligence, realizzati da professionisti provenienti da diversi settori della consulenza aziendale, e in servizi di marketing e customer satisfaction, basati sui più avanzati strumenti informatici e su una puntuale conoscenza degli operatori dei canali distributivi, censiti con i database georeferenziati MMAS - Micro Marketing Analysis System.

IL CENSIMENTO MMAS FARMACIE

Il censimento Farmacie risponde all'esigenza delle aziende del settore di disporre di una mappatura puntuale del canale, sulla base della quale attivare iniziative di marketing e di vendita più mirate sui singoli operatori. Al contempo, l'indagine, esplorando nel dettaglio la fitta rete nazionale delle farmacie, costituisce un osservatorio generale sull'evoluzione del canale e consente, grazie all'impiego della piattaforma MMAS - Micro Marketing Analysis System, di monitorare puntualmente lo status quo del canale, di farne emergere i trend evolutivi e di analizzarli.

UN METODO DI INDAGINE UNICO SUL MERCATO

A differenziare il censimento di Marketing & Telematica dai tradizionali studi di settore è il metodo di indagine adottato: la raccolta delle informazioni presso le farmacie avviene, infatti, non solo in modo diretto - attraverso interviste telefoniche one-to-one - ma anche estremamente capillare e continuativo nel tempo, grazie al metodo del "Revolving Panel", che prevede di suddividere i nominativi presenti nel database MMAS Farmacie in 4 gruppi omogenei e di indagarli a distanza di sei mesi l'uno dall'altro nell'arco di due anni, generando così una mole di informazioni unica per estensione e per profondità di analisi e mantenendo il livello di aggiornamento della base di dati costante. Dal confronto tra i dati e le informazioni analitiche rilevate nelle diverse edizioni del Censimento emergono in tutta la loro evidenza i diversi fenomeni in atto a livello di macromercato (crescita del mercato, diversificazione delle vendite, sviluppo dei servizi all'utenza, ...), sulla base dei quali vengono definiti cluster omogenei che permettono di valutare il posizionamento di ogni singola farmacia censita.

Per maggiori informazioni sulla piattaforma MMAS e le relative applicazioni rimandiamo a:

Marketing & Telematica Italia srl
 Strada della Moia, 1
 20020 Arese (MI) - Italy
 tel. +39 02 380731
 info@metmi.it