

Le caratteristiche delle farmacie italiane: un profilo aggiornato



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 NORD ITALIA

Il viaggio di approfondimento delle caratteristiche delle farmacie italiane prosegue sulle pagine di Bellezza in Farmacia sempre grazie ai preziosi dati forniti da Marketing & Telematica, e tratti dal suo Censimento MMAS Farmacie 2009, che avendo intervistato una quota molto consistente degli operatori italiani, consente di tracciarne il profilo con precisione.

Se nello scorso numero abbiamo concluso il ciclo di approfondimento parametrato sul dato relativo all'andamento dell'attività, in questo vi proponiamo gli ultimi dati rilasciati dall'azienda di Arese aggiornati alla fine del 2009.

La numerosità

Secondo il Censimento MMAS Farmacie di Marketing & Telematica, nelle regioni del Nord Italia opera un insieme di oltre 7.700 farmacie, pari a oltre il 45% del totale nazionale. In particolare, il Nord Ovest ne accoglie il 27,2% e il Nord Est il 18%.

Fatto uguale a 100 il totale delle farmacie presenti in queste due macro aree, vediamo in che modo sono distribuite le farmacie nelle singole regioni: quella che ne accoglie di più è la Lombardia (33,4% del totale del Nord Italia), seguita dal Piemonte (18,8%), dal Veneto (16,7%) e dall'Emilia

Romagna (15,3%). Le province in cui si concentra la quota di esercizi maggiore sono quelle di Milano e di Torino, rispettivamente con il 12,8 e l'8,6%, seguite a distanza da Brescia, Verona e Venezia.

L'ampiezza del punto vendita

In media nelle regioni del Nord la fascia dimensionale prevalente per le farmacie è quella da 60 a 100 metri quadrati (40,9%), seguita dalla fascia 30-60 metri quadrati (35%). Una farmacia su 10 dispone di meno di 30 metri quadrati di superficie o di 100-150 metri quadrati, mentre solo il 3,2% di esse supera i 150 metri quadrati.

Numerosità delle farmacie italiane

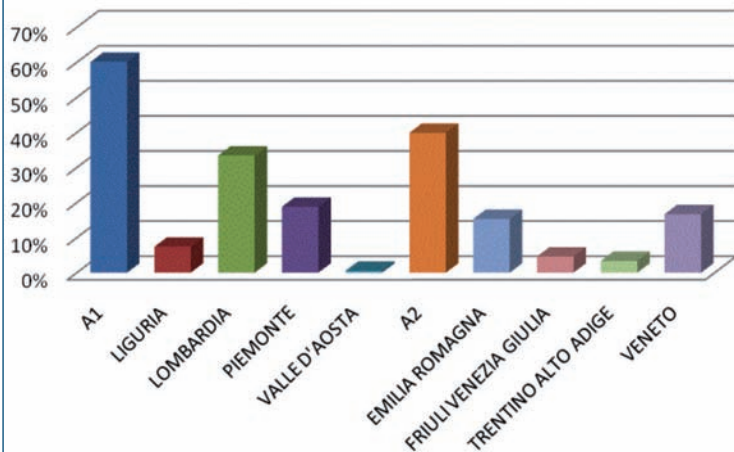
| | |
|------------------------------|--------|
| A1 | 27,2% |
| LIGURIA | 3,3% |
| LOMBARDIA | 15,1% |
| PIEMONTE | 8,5% |
| VALLE D'AOSTA | 0,2% |
| A2 | 18,0% |
| EMILIA ROMAGNA | 6,9% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 2,1% |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 1,5% |
| VENETO | 7,5% |
| A3 | 19,1% |
| A4 | 35,7% |
| Italia | 100,0% |

Numerosità delle farmacie nel Nord Italia

| | |
|------------------------------|--------|
| A1 | 60,1% |
| LIGURIA | 7,4% |
| LOMBARDIA | 33,4% |
| PIEMONTE | 18,8% |
| VALLE D'AOSTA | 0,5% |
| A2 | 39,9% |
| EMILIA ROMAGNA | 15,3% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 4,6% |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 3,3% |
| VENETO | 16,7% |
| Nord Italia | 100,0% |

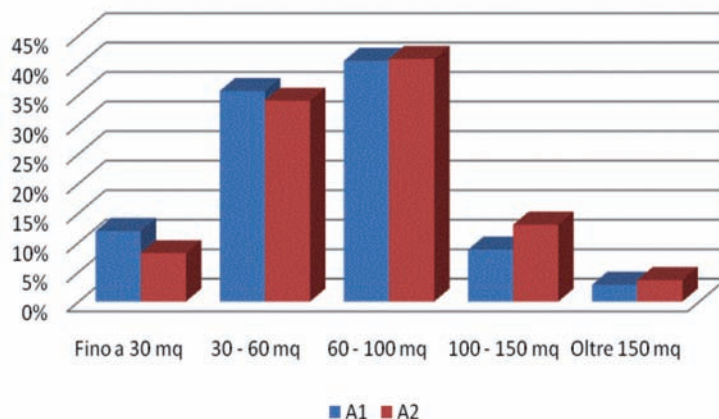
Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

Numerosità delle farmacie nel Nord Italia



Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

L'ampiezza del punto vendita



Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

Vediamo dove si registrano i maggiori scostamenti rispetto ai valori medi per ciascuna fascia di grandezza. In quella più piccola si evidenziano i casi del Piemonte e della Liguria, in cui la quota di esercizi piccoli sale rispettivamente al 18% e al 16%. Nella fascia 30-60 metri quadrati va oltre il valore medio la Liguria, che lo supera di 10 punti percentuali; al di sotto della media di circa 3 punti percentuali, la Lombardia e il Veneto.

E' ancora la Lombardia a discostarsi dai valori medi dell'area nella fascia dai 10 ai 100 metri quadrati: la quota di farmacie di questa dimensione è infatti pari al 47,7%, +7% rispetto alla media. Le quota maggiore di farmacie dai 100 ai 150 metri quadrati si

L'ampiezza del punto vendita

| | Fino a 30 mq | 30 - 60 mq | 60 - 100 mq | 100 - 150 mq | Oltre 150 mq |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| LIGURIA | 16,9% | 45,0% | 28,9% | 6,5% | 2,7% |
| LOMBARDIA | 7,2% | 31,9% | 47,7% | 10,2% | 2,9% |
| PIEMONTE | 18,1% | 38,6% | 33,5% | 7,2% | 2,6% |
| VALLE D'AOSTA | 12,1% | 39,4% | 33,3% | 9,1% | 6,1% |
| A1 | 11,9% | 35,7% | 40,8% | 8,8% | 2,8% |
| EMILIA ROMAGNA | 7,6% | 35,2% | 40,2% | 13,2% | 3,8% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 11,6% | 34,7% | 39,4% | 11,6% | 2,9% |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 5,6% | 38,0% | 38,0% | 14,5% | 3,9% |
| VENETO | 8,3% | 31,9% | 43,1% | 12,9% | 3,7% |
| A2 | 8,2% | 34,0% | 41,1% | 13,0% | 3,6% |
| Nord Italia | 10,5% | 35,0% | 40,9% | 10,5% | 3,2% |

Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

ritrova invece in Trentino Alto Adige (14,5% contro un dato medio del 10,5%).

L'ampiezza dell'area a libero servizio

Nelle farmacie del Nord Italia, stando alle dichiarazioni dei farmacisti intervistati da

Marketing & Telematica, l'area di vendita a libero servizio si sviluppa in un caso su tre su 6-10 metri quadrati, in un caso su 4 su 11-20 metri quadrati e in un caso su cinque su oltre 20 oppure su meno di 5. Nella fascia dimensionale più piccola si discostano dalla media dell'area (21%) la Valle d'Aosta, con valori superiori del 5% e il Friuli Venezia Giulia, al contrario con valori inferiori di 7 punti percentuali.

Per quanto riguarda la fascia dai 6 ai 10 metri quadrati (33,9%), spicca la maggiore incidenza degli operatori della Valle d'Aosta (47,8%) e il basso valore del Trentino Alto Adige (22,9%). Portandoci verso le farmacie strutturate con spazi più grandi per la vendita non assistita, vediamo che il 26,8% degli

operatori si colloca nella fascia dagli 11 ai 20 metri quadrati, con un valore minimo in Valle d'Aosta e massimo in Friuli Venezia Giulia e in Emilia Romagna.

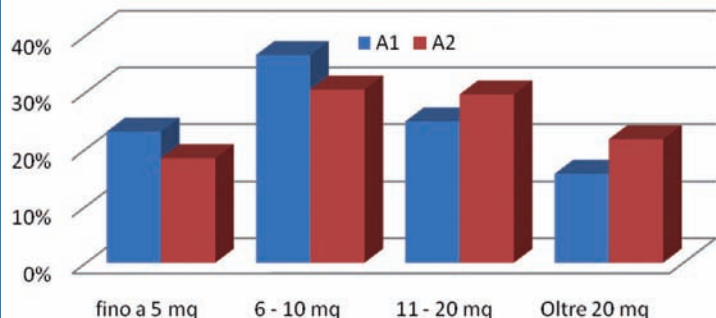
Tale area supera i 20 metri quadrati nel 18,2% dei casi in media nel Nord Italia, valore che supera il 29% in Trentino Alto Adige e che si ferma invece a quota 13,1% in Liguria.

L'ampiezza del magazzino

Le farmacie del Nord Italia si raggruppano in maniera piuttosto omogenea nelle quattro diverse fasce di grandezza del magazzino, con una leggera preponderanza nelle classi più piccole.

Secondo le rilevazioni di M&T, dispone di oltre 50 metri quadrati di magazzino in media il 21,4%

L'ampiezza dell'area di vendita a libero servizio



Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

Ampiezza dell'area di vendita a libero servizio

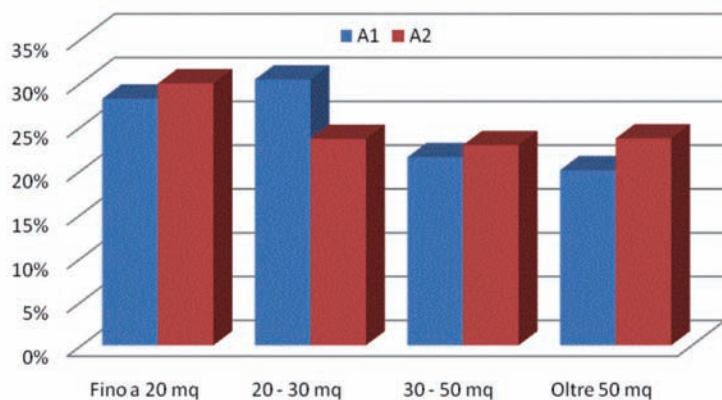
| | Fino a 5 mq | 6 - 10 mq | 11 - 20 mq | Oltre 20 mq |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| LIGURIA | 22,0% | 41,6% | 23,4% | 13,1% |
| LOMBARDIA | 22,3% | 34,4% | 26,1% | 17,2% |
| PIEMONTE | 24,1% | 36,9% | 24,5% | 14,5% |
| VALLE D'AOSTA | 26,1% | 47,8% | 4,3% | 21,7% |
| A1 | 23,0% | 36,5% | 24,8% | 15,7% |
| EMILIA ROMAGNA | 22,3% | 26,7% | 30,8% | 20,3% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 13,9% | 34,1% | 31,8% | 20,2% |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 18,8% | 22,9% | 29,2% | 29,2% |
| VENETO | 16,2% | 34,0% | 27,8% | 22,0% |
| A2 | 18,3% | 30,4% | 29,6% | 21,7% |
| Nord Italia | 21,0% | 33,9% | 26,8% | 18,2% |

Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

delle farmacie, con valori massimi in Valle d'Aosta (37,5%) e minimi in Lombardia (18,6%). Scendendo nella classe 30 - 50 metri quadrati, in cui si colloca il 22% delle farmacie, troviamo la quota minore di farmacie con questo tipo di struttura in Trentino Alto Adige (16,6%) e la

maggiore in Liguria ed Emilia Romagna (circa 24,5%). Sul fronte opposto, ha magazzini piccoli, di non più di 20 metri quadrati di superficie, il 28,9% delle farmacie del Nord Italia, quota che sale al 34,9% in Trentino e scende sotto il 19% in Valle d'Aosta.

L'ampiezza del magazzino



Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

L'ampiezza del magazzino

| | Fino a 20 mq | 20 - 30 mq | 30 - 50 mq | Oltre 50 mq |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| LIGURIA | 33,2% | 21,9% | 24,5% | 20,3% |
| LOMBARDIA | 26,1% | 32,7% | 22,6% | 18,6% |
| PIEMONTE | 30,1% | 29,6% | 18,5% | 21,8% |
| VALLE D'AOSTA | 18,8% | 21,9% | 21,9% | 37,5% |
| A1 | 28,2% | 30,4% | 21,5% | 20,0% |
| EMILIA ROMAGNA | 31,1% | 24,6% | 24,6% | 19,7% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 24,1% | 21,1% | 24,1% | 30,7% |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 34,9% | 20,6% | 16,6% | 28,0% |
| VENETO | 29,5% | 24,0% | 22,1% | 24,4% |
| A2 | 29,9% | 23,6% | 22,9% | 23,6% |
| Nord Italia | 28,9% | 27,7% | 22,0% | 21,4% |

Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

conta almeno 4. Nella classe dimensionale prevalente si discosta dalla media la Lombardia, con un valore pari al 60,1%, e il Friuli Venezia Giulia, con il 52,8%. Le farmacie con oltre 4 vetrine rappresentano una quota maggiore sul totale regionale in Friuli e minore in Liguria (rispettivamente con valori pari al 27,1 e al 15%). Tra le farmacie con una sola vetrina, quelle della Valle d'Aosta

Presenza di vetrine

| | 1 | 2 - 3 | 4 o più |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|
| LIGURIA | 26,9% | 58,1% | 15,0% |
| LOMBARDIA | 19,9% | 60,1% | 20,0% |
| PIEMONTE | 25,0% | 54,6% | 20,4% |
| VALLE D'AOSTA | 30,3% | 48,5% | 21,2% |
| A1 | 22,4% | 58,0% | 19,6% |
| EMILIA ROMAGNA | 29,6% | 57,1% | 13,3% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 20,1% | 52,8% | 27,1% |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 29,4% | 54,4% | 16,1% |
| VENETO | 17,5% | 59,6% | 22,8% |
| A2 | 23,5% | 57,4% | 19,0% |
| Nord Italia | 22,9% | 57,8% | 19,4% |

Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

Nella fascia successiva, dai 20 ai 30 metri quadrati, cui afferisce il 27,7% delle farmacie, il valore massimo si riscontra in Lombardia (32,7%) e quello minimo in Trentino (20,6%).

Le vetrine

Tra le farmacie provviste di vetrine, il 22,9% ne ha una, il 57,8% 2 o 3 e il 19,4% ne

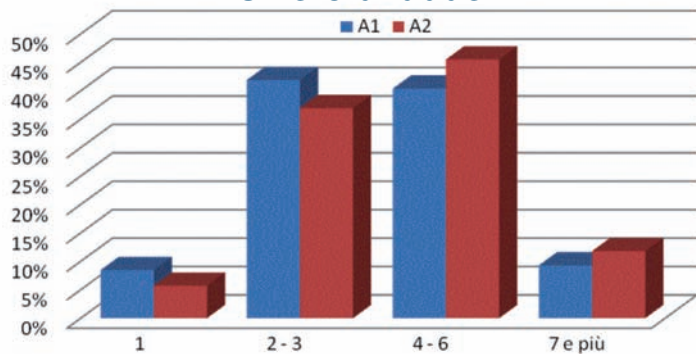
figurano le più frequenti (quasi una su tre), mentre in Veneto compaiono solo nel 17,5% delle farmacie della regione.

Il numero di addetti

La quota prevalente delle farmacie del Nord Ovest si colloca nella fascia da 4 a 6 addetti (42,4% dei casi), seguita dalla precedente (2-3 addetti, 39,9%), dalla fascia oltre 7 addetti (10,3%) e per ultima dalla fascia che conta solo un addetto (7,4%).

I valori medi per regione subiscono piccole variazioni in quest'ultima fascia e si fanno più consistenti in quelle superiori, ma in modo non omogeneo. Per esempio, nella fascia da 3 a 6 addetti riscontriamo un valore minimo del 36,8% in Liguria e massimo del 45,9% in Veneto a fronte di una media del 42,4% nel Nord Ovest. Ancora più

Numero di addetti

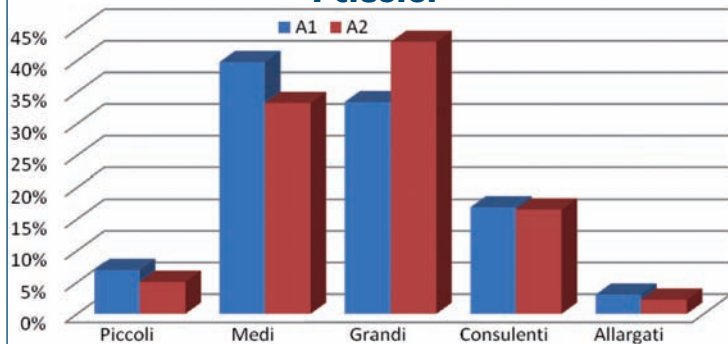


Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

Numero di addetti

| | 1 | 2 - 3 | 4 - 6 | 7 e più |
|------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| LIGURIA | 9,3% | 33,7% | 36,8% | 20,1% |
| LOMBARDIA | 6,4% | 43,8% | 42,5% | 7,3% |
| PIEMONTE | 11,5% | 41,5% | 38,0% | 9,0% |
| VALLE D'AOSTA | 8,3% | 41,7% | 44,4% | 5,6% |
| A1 | 8,5% | 41,9% | 40,4% | 9,3% |
| EMILIA ROMAGNA | 5,8% | 33,8% | 46,9% | 13,6% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 7,0% | 36,6% | 42,6% | 13,7% |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 6,5% | 40,3% | 40,9% | 12,4% |
| VENETO | 5,1% | 39,5% | 45,9% | 9,4% |
| A2 | 5,7% | 37,0% | 45,5% | 11,8% |
| Nord Italia | 7,4% | 39,9% | 42,4% | 10,3% |

I cluster



Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

I cluster

| | Piccoli | Medi | Grandi | Consulenti | Allargati |
|------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| LIGURIA | 10,2% | 28,8% | 32,5% | 28,2% | 0,3% |
| LOMBARDIA | 3,9% | 43,9% | 36,9% | 11,2% | 4,2% |
| PIEMONTE | 10,8% | 36,9% | 28,1% | 22,1% | 2,1% |
| VALLE D'AOSTA | 6,1% | 33,3% | 33,3% | 24,2% | 3,0% |
| A1 | 6,9% | 39,7% | 33,4% | 16,9% | 3,0% |
| EMILIA ROMAGNA | 5,3% | 30,2% | 43,8% | 18,8% | 1,9% |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 7,0% | 32,2% | 41,5% | 17,4% | 1,9% |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 6,1% | 36,6% | 37,8% | 16,5% | 3,0% |
| VENETO | 4,0% | 36,0% | 43,6% | 13,9% | 2,5% |
| A2 | 5,1% | 33,3% | 43,0% | 16,5% | 2,2% |
| Nord Italia | 6,2% | 37,2% | 37,2% | 16,7% | 2,7% |

Fonte: Censimento MMAS Farmacie 2009-Marketing & Telematica

ampia la differenziazione nella fascia di grandezza maggiore, con una media del 10,3%, un picco in Liguria del 20,1% e con poche eccezioni tutti valori al di sotto del 10% nelle altre regioni.

I cluster delle farmacie

Visti i dati strutturali appena citati, la classificazione derivante dalle interviste raccolte da Marketing & Telematica individua cinque fasce di grandezza delle farmacie, sulla base dell'incrocio tra due elementi, il personale presente e la superficie della farmacia. Oltre un terzo degli esercizi nell'area del Nord Italia si colloca nel cluster "media" e altrettanto nel cluster "grande" (37,2%); il 16,7% si colloca nel cluster "consulenti", il 6,2% nel cluster "piccolo" e solo il 2,7% in quello "allargato".

Quanto alle differenze regionali nella distribuzione delle farmacie in queste categorie, vediamo che nella fascia più piccola si distanziano dalla media della macro area la Liguria e il Piemonte, dove le farmacie così definite sono circa il 4% in più rispetto alle altre regioni; nella fascia "media" solo la Lombardia rompe con lo schema, poiché registra un valore superiore alla media di 6 punti percentuali.

Passando alla categoria "grandi" si evidenzia il valore minimo del Piemonte (28,1%) e quello massimo dell'Emilia Romagna (43,8%); tra gli operatori definiti "consulenti" spiccano la quota del 28,2% della Liguria e l'11,2% della Lombardia, a fronte di una media, come detto, del 16,7%. La quota di farmacie allargate della Lombardia, infine, spicca, con un valore del 4,2%, nella categoria "allargate"; sul fronte opposto, lo 0,3% della Liguria.

Il censimento MMAS Farmacie

Il censimento Farmacie, realizzato per il mercato italiano e per quello spagnolo, 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 campionari 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 del database 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

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