



Farmaci da banco, un mercato che vale ma è spesso poco sfruttato



DI REDAZIONE 21/04/2016

EVENTI

Il mercato degli Otc (*over the counter*, cioè farmaci da banco) cresce nel 2015, ma spesso manca a tutta la filiera (farmacisti, grossisti e aziende) la consapevolezza dell'importanza di un approccio marketing oriented su tutta la catena del valore. A sostenerlo è uno studio di Zeuner, call center di Seveso fondato nel 2010 nell'hinterland milanese, attivo in tutti i settori, ma con una specializzazione nel farmaceutico, con aziende come Manetti&Roberts, Nestlé, Galderma e Desa Pharma che affidano a Zeuner attività nei confronti delle circa 17mila farmacie italiane.

Nel 2015 la spesa privata in farmaci ha registrato un aumento del +2,3% a cui ha contribuito principalmente l'incremento per farmaci da automedicazione (+4,2%). In particolare la spesa per automedicazione è aumentata in tutte le regioni, maggiormente nelle province autonome di Bolzano (+8,1%) e Trento (+7,4%) e in Veneto (+7,4%) (fonte: Rapporto nazionale gennaio-settembre 2015 – Osservatorio nazionale sull'impiego dei medicinali).

“Secondo le nostre analisi – afferma Gianni Rauti, direttore commerciale Zeuner – le farmacie con l'Otc fanno più ricavi, mentre l'etico è più essenziale per il posizionamento: le persone vedono le farmacie come istituzione più autorevole rispetto alle parafarmacia. Abbiamo classificato le farmacie in rotazione alta (10% circa del totale), medio-alta (30%) e bassa (60%): in particolare nel secondo e terzo caso la catena informativa, quella classica costituita da informatore-grossista-farmacia può avere dei limiti. Il call center può essere un'alternativa professionale sia in termini di informazione che di vendita vera e propria. Si pensi anche al costo per un informatore che deve raggiungere una farmacia sperduta, mentre un call center può contattarne comodamente diverse in un giorno”.

Oltre all'informazione e la vendita, essenziale è sapersi destreggiare nella complessità di questo specifico canale distributivo. “I banchi e gli scaffali delle farmacie – **dichiara Marco Carloni, amministratore delegato Zeuner** – sono occupati da prodotti Otc, ogni centimetro è prezioso. Il call center consente alla farmacie di effettuare acquisti più consapevoli e ragionati e va a ottimizzare il carico ordini azienda-grossista-farmacia”.



INFORMAZIONI SULL'AUTORE

CATEGORIES

Abbigliamento

Accessori

Calzature

Donna

Intimo

Uomo

Animali

Arte

Articoli per la casa

Arredamento Camere per bambini

Bambino

Benessere e bellezza

Bellezza

Benessere

Commercio specializzato

Fiori

Energia/ecologia

Eventi

Finanziamenti

GDO

Immobiliare

Non categorizzato

Ristorazione

Servizi

Assistenza domiciliare

communication & Adv @it

Poste

Servizi per le imprese

Turismo

E-COMMERCE

Abbonamenti

Archivio

Aspetti Legali

Dalla parte dei Franchisor

Focus

2014