

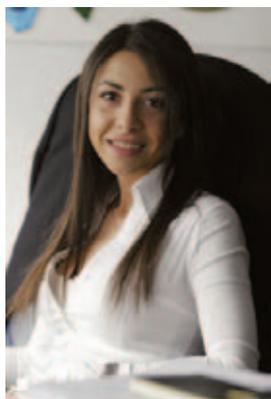
# inFarmaclub

Magazine di informazione del Gruppo InFarma

## La distribuzione in primo piano

All'interno: Presentazione So.Farma.Morra - Ge.O ed il Warehouse Management - Nuovo DiFarm, nuova convention - Category Management - Archiviazione ottica dei documenti - Rubrica del tempo libero





Il futuro è nelle idee, e chi lavora con creatività non è mai stanco di guardare al nuovo.

InFarma, leader nelle soluzioni tecnologiche di un intero settore di mercato, quale è quello farmaceutico, crede fermamente all'innovazione come concetto, o meglio, filosofia che va oltre la tecnologia o l'eccellenza specialistica. L'innovazione, per esser definita tale, richiede l'intelligenza di concepire prodotti che compendino le molteplici prerogative imposte da un mercato sempre più competitivo. È il consumatore che detta le regole e un'azienda che intenda soddisfarlo deve acquisire una mentalità progettuale nuova, multidisciplinare, che consenta di integrare le nuove tecnologie ed i sistemi con il marketing. In una parola, l'innovazione è un fatto di cultura, dove è importante sì sviluppare un protocollo più veloce, ma lo è altrettanto creare attorno ad esso risposte funzionali, personalizzate, strategiche: l'innovazione vincente è quella della tecnologia come supporto alle attività quotidiane, come semplificazione, come strumento strategico.

Con questa riflessione dedicata al concetto promotore dell'attività di InFarma, apriamo il secondo numero di InFarmaClub, cogliendo l'occasione per ringraziare quanti hanno salutato positivamente e con fiducia questa iniziativa editoriale.

In questo numero la Distribuzione è in prima linea: presentiamo So.Farma.Morra, partner storico del gruppo ed esempio di un vero successo Italiano. Ringraziamo la Simco, la Dialog e la Top Consult (note società di con-

## La tecnologia a supporto delle attività quotidiane

sulenza aziendale) per aver collaborato proponendo articoli di spiccato interesse: una panoramica sui sistemi di Warehouse Management scende in dettaglio con la descrizione di un importante prodotto per la gestione operativa di magazzino: Ge.O; "il Category Management nella distribuzione del farmaco" prosegue con ulteriori approfondimenti; nuove frontiere per l'archiviazione documentale: via la carta, la tecnologia ottica conviene.

Infine, la nuova convention InFarma a novembre, sarà occasione per la presentazione di molte novità, una su tutte: la nuova release grafica di DiFarm.

Ma non ci perdiamo in troppe anticipazioni... ci rimane solo da augurare buona lettura!

**Dr.ssa Susanna Mariani**

RESPONSABILE MARKETING E COMUNICAZIONE INFARMA

Prenota la tua  
presentazione aziendale!  
Scrivi a  
[marketing@infarma.it](mailto:marketing@infarma.it)

Temi da trattare?  
Idee da suggerire?  
Scrivi a  
[marketing@infarma.it](mailto:marketing@infarma.it)

Vuoi richiedere una  
copia di InFarmaClub?  
Puoi riceverla anche  
sulla tua mail!  
Scrivi a  
[marketing@infarma.it](mailto:marketing@infarma.it)

## sommario



IN COPERTINA:  
Allestitore automatico (particolare).  
Foto di Francesca Valeri

- 4** So.Farma.Morra: soluzioni e servizi per una clientela variegata
- 6** Software per la logistica: i sistemi di warehouse management
- 9** Nuovo DiFarm, nuova convention
- 10** Il Category Management nella distribuzione del farmaco. Approccio, metodologie ed esperienze (II parte)
- 12** Puoi distruggere la carta, lo dice la legge
- 14** In cartellone...

**inFarmaclub**

Magazine di informazione del Gruppo InFarma

**Autunno 2006**

Supplemento al numero in corso di Farmacia.it più informati più sani

Redazione, progetto grafico e impaginazione:

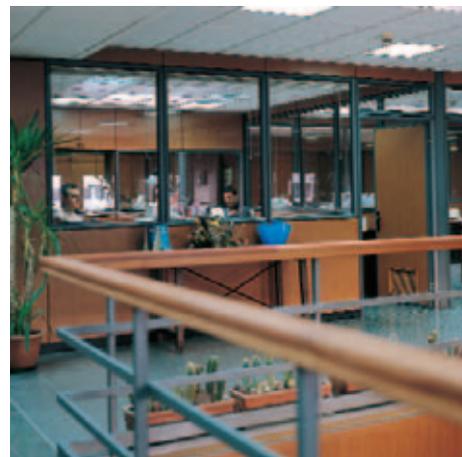
**Farmacia.it**

Via Monte Faito, 136 - 80144 Napoli  
Tel. 081.7376131 - Fax 081.7368184  
info@farmacia.it



# So.Farma.Morra: soluzioni e servizi

Ecco un prezioso esempio di come una piccola azienda familiare del Sud, che negli anni ha dovuto affrontare situazioni sociali difficili in zone caratterizzate da un mercato del lavoro poco effervescente, diviene protagonista del territorio nazionale ed ottiene il riconoscimento di una delle più belle realtà odierne a capitale italiano.



So.Farma.Morra SpA opera nel mondo della distribuzione intermedia del farmaco, del parafarmaco e dell'omeopatia e, da alcuni anni, anche in quello della distribuzione odontoiatrica. I clienti facenti parte del portafoglio dell'azienda sono 3.700. Il 98% sono farmacie, la restante quota sono ASL e ospedali.

L'azienda garantisce un costante e tempestivo approvvigionamento plurigiornaliero di beni e fornisce una serie di servizi di supporto all'attività dei propri clienti: servizi di formazione e consulenza di tipo informatico, finanziario, marketing e merchandising sono garantiti sia mediante l'organizzazione di seminari e convegni scientifici, sia attraverso uno staff di collaboratori che crescono in professionalità ed in entusiasmo. La SFM si impegna attivamente nello sviluppo di soluzioni e servizi volti ad una clientela fortemente variegata, con la quale cerca di mantenere un costante e quotidiano rapporto di fornitura e di comunicazione.

L'obiettivo perseguito dalla società con la fusione e l'acquisizione di numerose aziende nell'arco di un ventennio, è stato l'accelerare il processo di espansione sul territorio italiano.

Da un punto di vista strategico, i rilevamenti aziendali hanno favorito un rapido processo di integrazione orizzontale che ha consentito il raggiungimento di una rilevante quota di mercato e di posizionarsi tra i primi gruppi della distribuzione all'ingrosso di farmaci. Nel corso di tale delicato ed importante processo, l'azienda è stata in grado di ottenere una integrazione spinta tra le varie realtà, pur mantenendo salda la propria identità e salvaguardando tutti quegli elementi che avevano contribuito a creare un rapporto di fiducia con la clientela.

Ciascuna azienda acquisita si è adeguata agli standard di eccellenza in relazione alla tecnologia e alle metodologie di lavoro, mutuando anche lo stile manageriale volto a rafforzare la motivazione delle risorse.

Il mercato degli ultimi anni è caratteriz-

# per una clientela variegata

zato da una concorrenza spinta di alcune aziende che adottano strategie di vendita fortemente aggressive con conseguenti riduzioni di margini operativi anche per gli altri attori che operano nello stesso ambito. A ciò So.Farma.Morra contrappone una strategia imprenditoriale basata sulla ricerca di soluzioni avanzate ai bisogni dei clienti, attraverso il continuo miglioramento dei processi logistici ed operativi interni e la ricerca della massima qualità dei servizi offerti.

Per capire il modo in cui la SFM viene vissuta dai dipendenti e collaboratori, basta pensare che in occasione del 25.mo anniversario della nascita, questi hanno suggerito un nuovo slogan che comunicasse e fotografasse in poche parole il concept aziendale. Ed è nato: Efficienza e Trasparenza.

La professionalità e la formazione del personale risultano essere pilastri di una realtà aziendale in continua evoluzione, che si dota nel corso del tempo di strumenti all'avanguardia per innalzare il livello dei servizi e consolidare la posizione di mercato.

Nel gennaio 2006 è partito un trasporto quotidiano notturno che permette di smistare gli ordini serali dei clienti So.Farma.Morra su altre filiali ed il relativo allestimento. In tal modo, il cliente riceve la consegna completa dei mancanti allestiti in remoto già nella mattinata successiva.

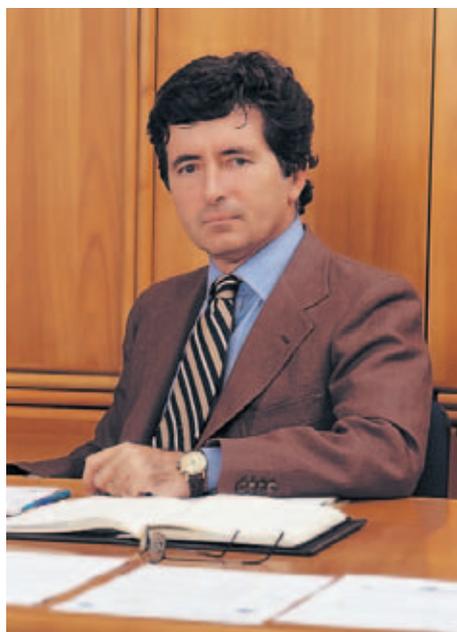
Tutti i magazzini erogano il servizio speciale di Distribuzione degli Stupefacenti, apprezzato dai clienti per la velocità con la quale viene espletato e per la precisione e puntualità delle consegne.

Dal 2004 si è adottato un sistema di CRM - Customer Relationship Management, con l'obiettivo di implementare una gestione attenta ai reclami dei clienti e migliorare la qualità nell'operatività aziendale.

Nello stesso anno si è adottato **VIA-WEB**, un sistema che tramite il sito internet permette al cliente di avere qualsiasi informazione in tempo reale:

- Disponibilità del prodotto in sede e su Filiali limitrofe
- Estratto Conto aggiornato
- Valutazione del Reso
- Situazione dell'ordine
- Offerte Promozionali
- Invio Sms

Più del 90% delle transazioni avviene via modem tra il gestionale dell'azienda e quel-



L'ing. Alessandro Morra

## Con InFarma...

La So.Farma.Morra acquisisce il gestionale DiFarm nel 1998 e da allora ha proseguito con la puntuale scelta di tutti i prodotti e servizi forniti dalle aziende del gruppo InFarma, instaurando con questa una vera e propria collaborazione. Oggi, l'azienda distributrice utilizza tutti i moduli DiFarm, GeO, InWeb, InFarmaClick e si mostra sempre aperta all'innovazione tecnologica proposta dal grup-

po recependone la componente altamente strategica anche da un punto di vista manageriale. I preziosi suggerimenti forniti dalla So.Farma.Morra hanno favorito la creazione e la messa a punto di prodotti ad alto valore tecnologico e competitivo, soluzioni complete per il mercato del farmaco.

lo della farmacia, mentre sono vari i canali con cui SFM raggiunge i propri clienti. L'alto livello di servizio offerto è frutto di investimenti in tecnologia e di un'organizzazione capillare e standardizzata. Innumerevoli sono stati i cambiamenti nel tempo di macchinari, procedure, programmi, tutti dettati dall'esigenza di perfezionare l'efficienza e conseguentemente i propri servizi.

L'intero processo dalla trasmissione dell'ordine passivo (ordini a produttori) all'emissione della fattura attiva (vendite a clienti) si realizza per via informatica, con la gestione intermedia del magazzino completamente automatizzata. Inoltre è diventata operativa, già nel primo trimestre del 2005, l'archiviazione in forma elettronica di tutti i documenti amministrativi.

SFM ha stretto una collaborazione con l'Università Federico II di Napoli, fornendo testimonianze aziendali di interesse culturale per i laureandi in Economia. Inoltre, negli ultimi anni vari studenti sono seguiti durante la stesura della tesi di laurea.

L'ing. Alessandro Morra, presidente del Consiglio di amministrazione della SFM, fa parte del comitato direttivo dell'ADF, partecipando attivamente ai progetti che la stessa associazione programma.

Nel mercato della distribuzione intermedia, caratterizzato da una forte presenza di aziende multinazionali di dimensioni rilevanti e con elevata capacità di investimenti, So.Farma.Morra si distingue per la sua identità imprenditoriale: azienda familiare a capitale interamente italiano. Questi elementi non hanno mai costituito impedimento nel percorso di sviluppo, avviato quasi trenta anni fa; oggi l'azienda ha raggiunto una posizione di primo piano, potendo contare sulle più avanzate tecnologie e su una rete di sedi periferiche e magazzini dislocati su buona parte del territorio nazionale. Tutto ciò tiene vivo un sentimento di orgoglio da parte delle persone che da decenni lavorano per l'azienda e un continuo vigore nel continuare, sempre più motivati.



# Software per la logistica: i sistemi

La Simco, società di consulenza orientata alla razionalizzazione delle strutture organizzative e della operatività aziendale, è costituita da specialisti con esperienze significative di studio, organizzazione e gestione di progetti innovativi.

Dal 1981 Simco ha sviluppato oltre 1400 progetti per più di 300 clienti di diverse dimensioni e settori merceologici.

Maurizio Ghezzi, Senior Partner Consultant Simco, ci propone la sua esperienza sui software per la logistica.



**Maurizio Ghezzi**  
SENIOR PARTNER CONSULTANT SIMCO

Con una cadenza ormai sistematica, le Aziende che incontro nelle attività consulenziali ed in particolare quelle commerciali, in cui il magazzino rappresenta “il processo” del business, si domandano se e quando investire in un software di gestione operativa di magazzino.

Innanzitutto è necessario fare chiarezza su cosa significa gestione operativa di magazzino. Sebbene qualsiasi spiegazione sintetica possa risultare riduttiva, possiamo dire che con questa definizione si caratterizzano una serie di software che hanno il compito di occuparsi della gestione di tutto ciò che riguarda l'aspetto fisico del magazzino: dall'allocazione in cui si trova la merce, alla conduzione delle attività di stoccaggio e di prelievo, alla gestione dei rifornimenti dei punti di presa dei prodotti, oltre che una serie di funzioni complementari quali inventari, statistiche, etc.

Volendo continuare nell'esercizio di sintesi, è possibile riepilogare tutte queste caratteristiche in due parole chiave: tracciabilità e ottimizzazione delle attrezzature e della operatività.

Da un punto di vista “progettuale” non esiste Azienda che non necessiti di un software di gestione operativa indipendentemente dalla propria dimensione. In genere la regola che un magazzino piccolo ha problemi piccoli non regge. Ne sono un esem-

pio proprio i distributori intermedi in cui le necessità sono sostanzialmente le stesse tra realtà di piccole e medie dimensioni rispetto a quelle di grandi; generalmente le prime hanno maggiori necessità di flessibilità operativa per erogare un livello di servizio maggiore. Quello che può cambiare è l'enfasi sugli aspetti operativi: qualcuno potrebbe avere forti necessità di gestire la mappa delle scorte secondo principi random ottimizzanti, altri potrebbero invece sentire meno questa esigenza pur mantenendo la necessità di conoscere ad esempio date di scadenza e lotti della merce in giacenza.

In altre parole credo che la questione non sia se dotarsi o meno di un sistema di gestione operativa ma piuttosto di scegliere quello giusto in base alle proprie necessità.

Uno degli aspetti principali che un sistema di gestione operativa deve offrire è quello di essere fortemente caratterizzato da una struttura parametrica che consenta di adeguare il sistema alle proprie necessità e non viceversa; necessità che possono anche variare nel tempo.

Fatta questa precisazione si deve tuttavia tenere presente che la gestione operativa è un metodo di lavoro e che pertanto non si deve cadere nell'errore di voler replicare forzatamente il “vecchio” schema operativo in quanto si rischierebbe di “ovattare” una serie di performances che solo un ambiente strutturato può garantire.

Nel panorama di questi software specia-

# di warehouse management

listici ha fatto la sua comparsa da qualche anno un nuovo applicativo che ha quale principale segno distintivo quello di essere verticale sui distributori del farmaco.

Il nome commerciale è Ge.O ed è stato sviluppato da Macrosoft, società che opera nell'area del software Gestionale con una forte specializzazione nel settore dei grossisti del farmaco, in collaborazione con Simco, società di consulenza e formazione nell'area della supply chain.



**foto 1: Allestitore automatico**

Volendo soffermarci principalmente sulle caratteristiche che differenziano Ge.O anche dai più importanti applicativi WM, possiamo citare la funzione che gestisce le attività di caricamento delle attrezzature automatiche (foto 1).

Grazie alle funzionalità Ge.O pensate per ottimizzare proprio questa attività, che nelle Aziende di medie dimensioni occupa circa 4-6 persone per 3-5 ore per turno, è possibile gestire a livello informatico il refilling.

Ge.O tiene sotto controllo lo svuotamento delle canaline tenendo conto di ciò che effettivamente viene "scaricato" e analizzando il livello di scorta minimo (che grazie all'interazione con il modulo di riordino a fornitore del Gestionale Difarm può sfruttare informazioni rilevanti come ad esempio la conoscenza sui mancanti cronici). Consente di organizzare il lavoro sia durante l'allestimento che al termine di ogni ondata. Attraverso questa funzionalità



Non sono tuttavia tralasciati nemmeno gli aspetti più tradizionali di un WMS. Per clienti che necessitano di logiche sofisticate per la gestione della mappa, Ge.O "mappa mobile" garantisce la piena copertura delle esigenze (foto 3). Partendo dalla mappa del picking è possibile strutturare una trama di possibilità in cui uno stesso prodotto può essere ubicato in più posizioni e per ciascuna di queste è possibile definire la logica di scelta per il prelievo e la modalità con cui debba essere fisicamente effettuato.

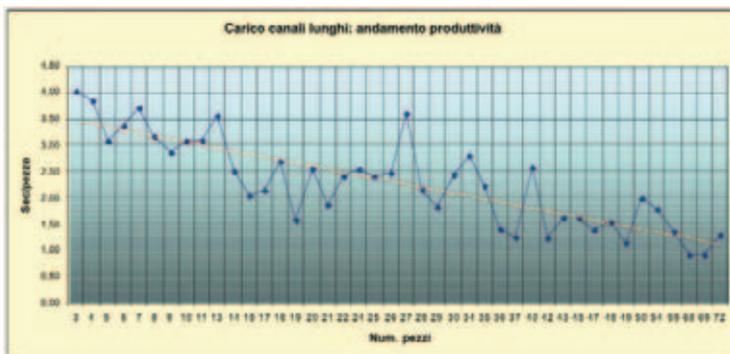
Si passa quindi alla mappa delle scorte che permette una parametrizzazione spinta e attraverso gli algoritmi di ricerca dell'ubicazione utilizzare il concetto di mappa random.

Ge.O non è solo gestione della mappa random ma è soprattutto gestione della qualità in senso esteso. Infatti con questo modulo è possibile gestire le date di scadenza ed i lotti con il massimo livello di dettaglio.

taglio.

Si può gestire una sola data di scadenza/lotto per ubicazione oppure più date ed ovviamente tutto ciò a discrezione dell'utente. Ma non solo, è possibile effettuare il corretto filtro al ricevimento merce permettendo l'accettazione solo di quei prodotti che abbiano una vita commerciale accettabile attraverso i controlli delle durate integrati, ove previsto, con la banca dati.

Alle attività di controllo merce in ingresso si aggancia poi la gestione delle non conformità che, oltre a consentire la misurazione del livello di servizio del fornitore, permette di creare un legame con il sistema di fatturazione passiva portando in evidenza tutte le



**foto 2: Andamento della produttività nel carico dei canali**

DIFARM - Italia		Materiale iniziale		Materiale finale		Totale	
		N	A	N	A	N	A
N	001	54	1884857	001	000	54	1884857
N	004	28	8806229	004	000	28	8806229
N	008	48	1085728	008	000	48	1085728
N	017	47	6809858	017	000	47	6809858
N	042	62	8998711	042	000	62	8998711
N	047	67	2745329	047	000	67	2745329
N	048	68	8757419	048	000	68	8757419
N	049	76	9712221	049	000	76	9712221
N	052	82	5501152	052	000	82	5501152
N	053	92	9272451	053	000	92	9272451
N	054	64	7211418	054	000	64	7211418
N	055	58	2725385	055	000	58	2725385
N	056	48	9714483	056	000	48	9714483
N	058	66	4248337	058	000	66	4248337
N	059	49	1435205	059	000	49	1435205
N	060	53	2485959	060	000	53	2485959
N	061	88	6818574	061	000	88	6818574
N	062	88	1973988	062	000	88	1973988

**foto 3: Inquiry giacenza per prodotto/ubicazione**

si possono ottenere vantaggi operativi anche nell'ordine del 20% sul tempo di caricamento (foto 2).

di servizio del fornitore, permette di creare un legame con il sistema di fatturazione passiva portando in evidenza tutte le

segue a pag. 8 >

## Software per la logistica: i sistemi di warehouse management

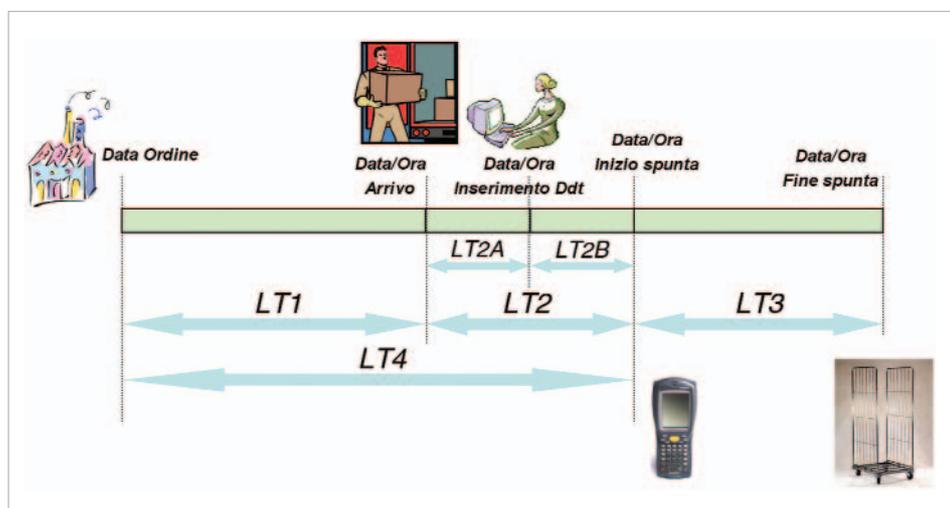


foto 4: Struttura dei lead time in ingresso merce calcolati da Ge.O.

situazioni anomale.

Molta enfasi viene poi data al monitoraggio dell'efficienza operativa attraverso molteplici statistiche che vanno da quelle sulle produttività delle operazioni coperte da una funzione da terminale fisso e/o RF a quelle inerenti lo stato della mappa a quelle relative al flusso operativo a quelle ancora più importanti relative ai lead time ed al livello di servizio di ciascun reparto/funzione di magazzino coinvolta nel processo (foto 4).

Un'altra funzionalità particolarmente caratterizzante del pacchetto è quella denominata "Convenienza allocativa" che più di tutti può far capire agli addetti ai lavori la spiccata vocazione alle Aziende di distribuzione del farmaco di Ge.O. La funzionalità si pone quale obiettivo quello di elaborare una mole di dati molto grande e di restituire all'utente un risultato realistico sulla corretta distribuzione dei prodotti.

Per fare ciò il pacchetto effettua una analisi dettagliata dei consumi in pezzi ed in volume, delle dimensioni, delle volte in cui un prodotto è stato venduto e intreccia i risultati con l'infrastruttura del magazzino proponendo l'ottimale distribuzione dei prodotti in relazione alle tipologie di stoccaggio disponibili.

Un'ultima funzionalità che possiamo citare è quella che consente di monitorare costantemente il bilanciamento dei settori di prelievo manuale. In queste aree, è fondamentale che ciascun addetto abbia lo stesso carico di lavoro al fine di evitare i colli di bottiglia che allungano i lead time di preparazione. La funzione, previa definizione delle produttività per ogni differente

traducendolo in ore uomo necessarie per espletarlo.

In conclusione possiamo dire che Ge.O è il software per la gestione operativa di magazzino dei distributori del farmaco, che è stato progettato da chi conosce profondamente le esigenze di questo mercato e che è stato sviluppato pensando alla dinamicità del mercato stesso e quindi per consentire una autonoma riprogettazione dei processi agendo sugli innumerevoli parametri operativi e logici che fanno da infrastruttura portante di tutte le sue funzionalità.

Seppure Ge.O esprima le sue maggiori performances in abbinata al gestionale DiFarm di cui virtualmente rappresenta un modulo, è possibile utilizzare gran parte delle funzionalità anche in una applicazione dipartimentale in cui Ge.O è configurabile rendendolo perfettamente interfacciabile con gestionali di terze parti.

tipologia di attrezzatura e per ogni tipologia logistica di prodotto (standard, frigo, voluminosi, etc.) analizza il carico di lavoro





# Nuovo DiFarm, nuova convention

La prossima convention InFarma si avvicina e si propone come risposta alla precedente occasione di Mira Porte che riunì, quasi un anno fa, presidenti di associazioni e di importanti aziende di distribuzione in una riunione politico strategica sulle tendenze del mercato farmaceutico. A metà novembre, le risposte alle esigenze percepite. Il taglio del convegno sarà dunque più tecnico, rivolto ai direttori, e molti saranno i temi ed i prodotti proposti, tra cui la nuova release del TsGate e le evoluzioni di InFarmaClick, il nuovo protocollo di comunicazione standard. Interverrà la Top Consult, società Torinese specializzata nella gestione documentale, per trattare l'archiviazione ottica dei documenti sia dal punto di vista operativo che legislativo, interessante soluzione per una corretta gestione aziendale. Il meeting sarà anche l'occasione per presentare nuovi moduli DiFarm e la nuova organizzazione del gruppo InFarma: di particolare rilievo l'inaugurazione dell'area riservata del sito, un nuovo punto di riferimento per il Cliente che vi potrà visionare tutto ciò che riguarda il suo rapporto con InFarma (schede di teleassistenza, fatturazione, offerte, prodotti installati...), nonché l'evoluzione del servizio di teleassistenza.

Ma il tema centrale della convention sarà la nuova versione grafica di DiFarm: non una semplice release, ma una vera rivoluzione che apporta innumerevoli vantaggi in termini di ammodernamento nell'utilizzo del programma che da oggi dispone di una lunga serie di nuove funzionalità. Il connubio tra la nota stabilità e potenza di un programma sviluppato su AS 400 e la flessibilità e semplicità di utilizzo di un PC, non può che risultare un enorme salto di qualità. Grazie a questa integrazione, il programma è in grado di utilizzare line di prodotto AS 400 a più basso costo mantenendo la stessa potenza; questa, infatti, è fornita, in maniera anche maggiore, dal PC locale.

La grafica consente la gestione di una maggiore quantità di dati, l'ottimizzazione degli spazi all'interno della videata e la possibilità di mettere in evidenza alcuni dati all'interno della stessa consentendo un'indubbia facilitazione da un punto di vista di leggibilità.

Il layout di ogni videata è adattabile



alle esigenze dell'utente non solo a livello contenutistico, ma anche per quanto riguarda la modalità di visualizzazione dei dati, fatto che evita all'utente di richiede-

re delle personalizzazioni al fornitore con ovvie riduzioni di costi e tempi.

DiFarm, grazie alla grafica di tipo Windows, è integrabile ad altri prodotti come Word, Excel, Power Point ecc., fatto che consente innumerevoli funzionalità... si possono addirittura visualizzare documenti scannerizzati e linkare le righe a delle immagini. Per avere un'idea della potenzialità del programma, basti pensare che questo prevede un programma di CRM integrato al gestionale!

La modalità scelta da InFarma per il nuovo DiFarm, che è grafica in modalità Windows, si differenzia dalla modalità Web scelta da software house concorrenti per differenti motivi, uno su tutti la maggiore velocità e snellezza nell'utilizzo del programma. La modalità Web infatti, carica e restituisce di volta in volta la videata nella sua interezza, sottostando quindi non solo alla capacità di trasmissione delle linee, ma anche al layout obbligato. Il prodotto InFarma al contrario, è crittografato, compresso e ottimizzato nella comunicazione dei dati, permettendo una spinta personalizzazione del layout e offrendo una velocità incomparabile, data dal fatto che la videata viene "memorizzata" nella sua struttura, caricando di volta in volta solo il contenuto.

Ci sarebbe ancora molto da dire, ma la curiosità sarà del tutto soddisfatta solo alla convention di novembre.

# Il Category Management

## Approccio, metodologie ed esperienze



### Francesco Fantuzzi

Amministratore Delegato di Dialog Sistemi dal 1991, svolge attività di consulenza direzionale nei settori Industria, Servizi, GDO/DO, Distribuzione farmaceutica, settore in cui, oltre a collaborare da anni con una serie di aziende, ha di recente contribuito alla creazione di Farmacentro.

In precedenza esperienze professionali e manageriali in aziende italiane e multinazionali (Osram, Onama, RAS, Crippa & Berger, Postal Market).

*Il Dott. Fantuzzi avrà cura di questo spazio offrendoci di volta in volta l'opportunità di approfondire temi attuali e di indubbio interesse professionale.*

Prima di entrare nel vivo di questa seconda parte, credo possa essere utile qui richiamare e riepilogare brevemente le linee su cui si è sviluppata la precedente puntata. Le domande a cui ci si è preoccupati di dare argomentata risposta, dopo aver descritto brevemente contenuti, concetti e finalità del "Category Management", sono state: **Perché adottarlo? Che vantaggi competitivi mi dà? È attuabile nel settore? Cosa fare per introdurlo con successo nella mia realtà?**

A tutte queste domande, rese ancora più attuali dal recente decreto Bersani e dalle conseguenze che esso indurrà nel settore, è stata data risposta (se rimane tempo in questa nota porrò alcune riflessioni sulle implicazioni del decreto che riguardano il Distributore, sin qui poco esplorate, con l'impegno a trattarlo in maniera più estesa nel prossimo numero).

Questa seconda parte si prende carico, come già in precedenza annunciato, di descrivere in maniera più dettagliata i passi ed attività principali, gli strumenti necessari ed utilizzati, sia di tipo informatico che organizzativo, le prime esperienze sul campo.

### Quali passi ed attività sono previsti? Quali i risultati ottenuti?

Il progetto attivato dal Distributore (come descritto nello schema pubblicato

nel precedente numero) è stato suddiviso in due fasi principali, sviluppate sostanzialmente in parallelo, **la prima** delle quali finalizzata alla Categorizzazione dei prodotti ed alle scelte di completamento della gamma, **la seconda** finalizzata alla Categorizzazione delle farmacie (o formati) ed alla analisi del cluster di vendita attuale.

Tali fasi sono poi confluite in una **terza** ed ultima fase finalizzata a:

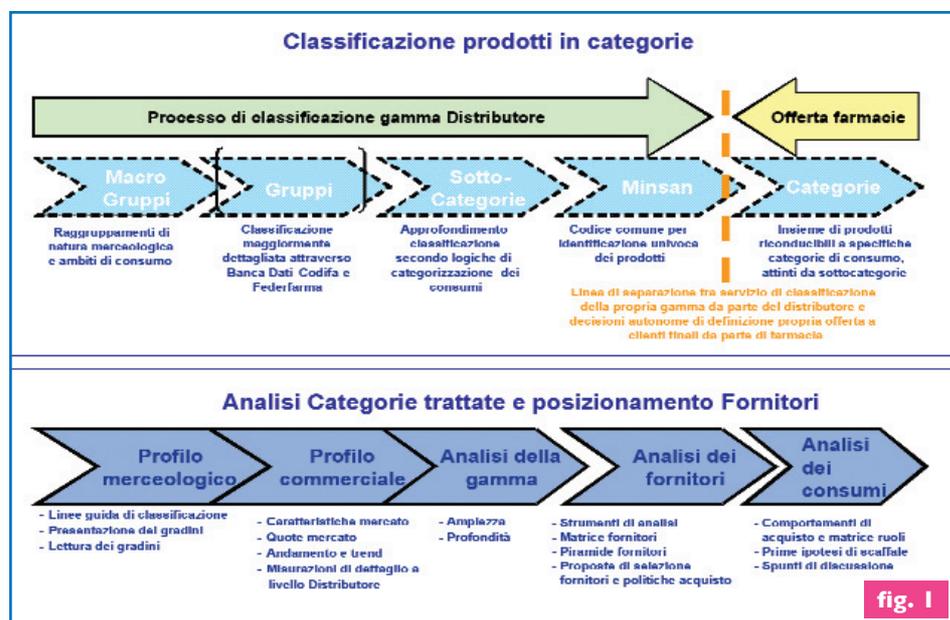
- individuazione di un package di proposta commerciale del Distributore, attraverso la definizione del cluster assortimentale (per diversi formati di farmacia) e di un piano di scelta e selezione dei fornitori e relativa politica di acquisto per singole Categorie
- prime sperimentazioni nell'ambito delle farmacie "pilota" sulla scelta delle categorie da trattare e sulla organizzazione del display in scaffale.

Le **modalità realizzative** adottate hanno previsto:

- analisi e definizione proposte (a cura di funzioni interne)
- coinvolgimento alcune farmacie in condivisione proposte (soprattutto per la terza fase).

Le principali attività della **prima fase** (schematizzate sinteticamente in fig. 1) sono state:

1. Classificazione dei prodotti secondo





# nella distribuzione del farmaco

SECONDA PARTE

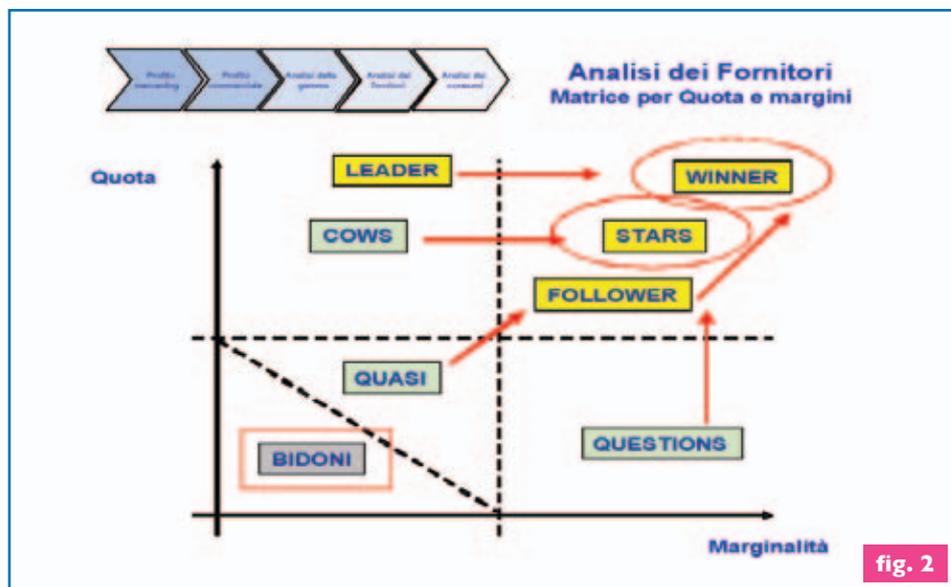


fig. 2

logiche di Category o “piano dei conti delle Categorie”

2. Analisi delle categorie trattate ed individuazione linee di completamento/ampliamento gamma.

Tali attività, che hanno visto un impegno delle funzioni interne di Marketing, Vendite ed Acquisti, hanno portato ad un superamento dei limiti della classificazione merceologica delle diverse banche dati (con la codifica di nuove dimensioni anagrafiche su circa 13.000 referenze del Parafarmaco) e ad un significativo allargamento/razionalizzazione del catalogo della propria offerta, anche attraverso l'analisi ed il raffronto con le altre realtà aderenti alla stessa centrale d'acquisto.

Le principali attività della **seconda fase** sono state:

1. Categorizzazione delle farmacie, attraverso una stratificazione definita in base a formati dimensionali (fatturato, spazi espositivi, ecc.), posizionamento territoriale e tipologia dei servizi offerti
2. Identificazione cluster di vendita attuale, analisi della marginalità e dell'incidenza % delle singole categorie, sulla base della nuova classificazione merceologica e dei dati di sell-in dal Distributore.

Tali attività, che hanno visto un impegno delle funzioni interne di Marketing e Vendite, hanno portato ad una migliore conoscenza delle farmacie servite (con definizione scheda anagrafica e commerciale), ad una loro classificazione basata su caratteristiche oggettive di potenziale di business su cui

costruire pacchetti di offerta commerciale più mirata, ad una migliore sensibilità su condizioni e politiche di prezzo praticate.

Le principali attività della **terza fase** sono state:

1. Analisi dei fornitori, loro posizionamento in termini di quota e margine (figg. 1 e 2), individuazione politica di selezione e scelta dei fornitori per Categoria merceologica
2. Identificazione proposte di cluster assortimentale, secondo criteri di marginalità
3. Prime ipotesi di lay-out e composizione scaffale, attivazione “pilota” in farmacia

Tali attività, che hanno visto un impegno delle funzioni interne di Marketing, Vendite ed Acquisti, hanno portato all'attivazione di comportamenti “proattivi” e selettivi nei confronti della proposta assortimentale e dei Fornitori, con il miglioramento della marginalità sui prodotti (attraverso sconti puntuali e differiti).

L'attivazione “pilota” in farmacia ha operato sia nella ideazione del “display” che nella composizione ed allocazione dei prodotti negli spazi espositivi, con particolare sensibilità al ritorno economico dell'operazione, chiave di volta per la proposizione su più vasta scala.

### Quali i fattori critici di successo?

Gli aspetti rivelatisi più delicati ed importanti per il successo del progetto sono sostanzialmente:

1. Classificazione dei prodotti, secondo

nuove chiavi di interpretazione commerciali

2. Coinvolgimento e partecipazione Farmacie, sia per creare cultura che adesione al tema, in vari momenti del progetto
3. Strumenti di elaborazione ed analisi dei dati, sia per la riclassificazione dei prodotti e delle farmacie, che per la lettura incrociata prodotti/farmacie/fornitori dei dati di vendita, acquisto e marginalità (considerando l'enormità dei volumi di dati da elaborare e delle combinazioni possibili)

### Quali strumenti sono stati utilizzati?

Gli strumenti utilizzati sono sia di natura organizzativa che informatica; più specificatamente:

- **Organizzativa:**
  - Gruppo di lavoro multifunzionale e con la partecipazione di alcune farmacie più sensibili all'innovazione, attivato con un Piano di lavoro concordato
- **Informatica:**
  - Excel a livello avanzato, per completamento ed arricchimento delle nuove dimensioni commerciali dell'anagrafica prodotti e farmacie
  - Soluzione di Data Warehouse e Business Intelligence (Explorer di Dialog già presente) per elaborazione e lettura articolata dei numerosi dati disponibili.

### Prime considerazioni decreto Bersani

Ho già avuto modo di elencare i vantaggi e le opportunità dall'introduzione del “Category Management” nel settore di Distribuzione del farmaco. Tali considerazioni valgono ancora di più se si considerano gli effetti derivanti dall'introduzione del decreto Bersani e dall'ingresso della Distribuzione Organizzata come Canale aggiuntivo, con quello che si porta dietro come modelli in termini di modalità e condizioni commerciali (Sconti e contributi Marketing), come attori soggetti delle trattative con i Fornitori (Centrali d'acquisto), come implicazioni di circuito logistico (solo per menzionare alcuni elementi). Arriverci al prossimo numero per una più ampia ed articolata riflessione sul tema, con l'auspicio che esso possa essere di vostro interesse.



# Puoi distruggere la carta, lo dice

Nata nel 1987, Top Consult è stata una delle prime società italiane ad intuire le potenzialità della gestione elettronica dei documenti, oggi nota anche come Enterprise Content Management.

Sviluppando software e soluzioni per la gestione elettronica dei flussi di documenti, la società torinese è diventata uno dei leader riconosciuti del settore e ci offre l'opportunità di approfondire un tema molto attuale ed interessante per le odierne realtà aziendali.



L'ing. Pier Luigi Zaffagnini, Amministratore Unico Top Consult

C'è un settore in cui l'Italia è all'avanguardia sul piano internazionale: la creazione di un quadro legislativo e normativo per favorire l'uso degli strumenti informatici nella Pubblica Amministrazione, nelle imprese e nei reciproci rapporti.

Dal '94 ad oggi - con passaggi decisivi che portano i nomi dei ministri Tremonti, Bassanini e Stanca - si è lavorato concretamente per il riconoscimento giuridico del documento informatico, per l'uso della firma digitale, per l'archiviazione dei documenti su supporto ottico e informatico, in base a precise regole tecniche messe a punto dall'AICA - Autorità per l'Informatica nella PA, oggi divenuta CNIPA, il Centro

Nazionale per l'Informatica nella PA.

Negli ultimi due anni c'è stata poi una svolta decisiva sui documenti fiscali. Il decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze sulla conservazione sostitutiva dei documenti, quello legislativo sulla fatturazione elettronica e l'emissione dei documenti IVA in versione informatica, assieme alla circolare dell'Agenzia delle Entrate sulla loro applicazione, sanzioni comprese, hanno esteso anche ai fini fiscali la possibilità di conservare fatture e bolle, registri Iva e scritture contabili obbligatorie su supporto informatico anziché cartaceo.

Quindi documenti nati informatici o trasformati via scanner da cartacei a digitali

# la legge

possono essere archiviati e conservati, con lo stesso valore ai fini civilistici e fiscali, ad esempio su dischi ottici, Cd o Dvd, distruggendo gli ingombranti archivi cartacei. È una vera e propria rivoluzione tecnica e organizzativa per il mondo delle imprese, con rilevanti benefici: eliminazione di enormi volumi di carta, recupero di spazi, riduzione dei costi. Se si pensa ad esempio che le fatture devono essere conservate per dieci anni, qualche decina di Cd o Dvd a norma sostituiscono milioni e milioni di pagine di carta.

La normativa di attuazione non è però semplice, le procedure sono ancora nuove, e le aziende hanno quindi bisogno di soluzioni informatiche pronte e collaudate e di consulenza legale e organizzativa.

## **Top Consult, pioniera della conservazione sostitutiva**

Top Consult, la società torinese che opera da vent'anni nella gestione elettronica dei documenti, è un pioniere della conservazione ottica sostitutiva a norma di legge. Ha lavorato su questa tematica fin dall'inizio e già nel '99 lanciava un progetto sperimentale congiunto con il Comune di Pesaro per la realizzazione di un archivio sostitutivo dei documenti dell'anagrafe.

Il progetto, realizzato con il software Top Media, ebbe successo, ne seguirono altri e lo specifico know-how maturato da Top Consult ha consentito - non appena il Ministero dell'Economia ha emesso il decreto relativo - di proporre da subito le soluzioni di conservazione sostitutiva dei documenti anche in campo fiscale.

La leadership raggiunta dalla società in questo settore è testimoniata dagli oltre 80 enti ed aziende che sono già operativi con le sue soluzioni per la conservazione sostitutiva sulle più svariate tipologie di documenti (da fatture e libri contabili ai contratti finanziari, dai cedolini stipendio alle cartelle cliniche) e hanno eliminato gli archivi cartacei.

Le diverse soluzioni offerte da Top Consult in questo campo, semplici e pacchettizzate, rendono concretamente e rapidamente possibile l'introduzione delle nuove procedure. Sono studiate sia per chi usa già in azienda la gestione elettronica dei documenti (con Top Consult o altri sistemi) sia per chi non ha mai affrontato né gestione documentale né conservazione sostitutiva

## **Top Consult in sintesi**



Nata nel 1987, Top Consult è stata una delle prime società italiane ad operare nel settore della gestione elettronica dei documenti, oggi nota anche come Enterprise Content Management. Con una crescita costante, è diventata uno dei leader riconosciuti di questo settore, dove conta oggi più di 300 clienti fra imprese ed enti pubblici, per un totale di oltre diecimila utenti.

I progetti e le soluzioni di Enterprise Content Management offerte da Top Consult sono realizzate con l'avanzato software Top Media NED per la Navigazione Elettronica dei Documenti aziendali, messo a punto nel suo Laboratorio di Sviluppo di Torino. Top Consult offre in particolare soluzioni per la Conservazione Ottica Sostitutiva a norma di legge, ai fini civilistici e fiscali; corredate da servizi esclusivi, sono già operative presso 80 clienti.

e vuole iniziare a farlo. Estraggono i documenti interessati archiviati nel sistema di gestione documenti, li firmano digitalmente con marcatura temporale e li trasformano in documenti conservati a norma di legge (secondo le regole CNIPA e quelle del Ministero Economia e Finanze), che possono essere facilmente estratti ed esibiti a richiesta in caso di controlli.

Le soluzioni software, comprensive di installazione, sono inoltre completate da una serie di servizi di consulenza e assistenza, esclusivi sul mercato, che affiancano il "Responsabile aziendale della conservazione ottica sostitutiva" in tutti gli adempimenti previsti dalla legge: servizi di formazione, consulenza legale e organizzativa, certificazione legale del Manuale delle procedure adottate, supporto e audit periodici per mantenere a norma gli archivi sostitutivi per tutto il periodo obbligatorio di conservazione.



## **TS Doc, soluzione congiunta per i distributori farmaceutici**

Fra le varie soluzioni di conservazione sostitutiva, ce n'è una congiunta Top Consult - InFarma. Si tratta di TS Doc, che integra il software Top Media di Top Consult con la soluzione DiFarm di InFarma: acquisisce e gestisce elettronicamente i documenti tipici dei distributori farmaceutici (da DDT a fatture, da note di credito a registri di magazzino e IVA) e mediante il modulo Lex li conserva su archivi ottici sostitutivi a norma.

TS Doc è già operativa presso diversi clienti InFarma, dove consente di aumentare l'efficienza e la rapidità del ciclo attivo e di costruire archivi sostitutivi pienamente rispondenti alle leggi vigenti.

Nel quadro di collaborazione esistente da anni fra le due società, Top Consult sarà presente alla prossima Convention InFarma, dove illustrerà con esempi concreti la propria gamma di soluzioni per la conservazione ottica sostitutiva e il suo software più avanzato Top Media NED per la Navigazione Elettronica dei Documenti. "Motore" di tutte le soluzioni Top Consult, orientato al Web, semplice da usare e scalabile, Top Media NED consente di archiviare elettronicamente i documenti e di "navigare" al loro interno, di gestirne i flussi operativi, integrandosi con i sistemi gestionali, con i software di office automation e posta elettronica, con i portali e gli applicativi aziendali.

La conservazione sostitutiva dei documenti, infatti, non è altro che il naturale completamento della loro archiviazione e gestione elettronica per lo svolgimento dei processi lavorativi. E i vantaggi più rilevanti per l'azienda sono ottenuti proprio su questo piano: eliminazione degli errori, delle duplicazioni e delle lentezze manuali, consultazione immediata dei documenti archiviati, maggiore produttività delle persone, flussi di lavoro più snelli, efficienti e controllati.



# In cartellone...



## Spettacolo

### David Copperfield, An Intimate Evening Of Grand Illusions

Torna in Italia dopo dodici anni il più grande illusionista di tutti i tempi.

An Intimate Evening Of Grand Illusions è il nuovo sorprendente spettacolo in cui David Copperfield, grazie alla sua incredibile abilità nell'illusionismo, riuscirà a trasformare in realtà i sogni più segreti di ciascuno di noi.

Bologna, Palamaguti, 23 e 24 ottobre; Torino, Mazda Palace, 25 e 26 ottobre; Milano, Datch Forum, 27 28 e 29 ottobre. Info su: <http://www.ticketone.com/>

## Sagre, feste e dintorni

### Salone del gusto

Torino dal 26 al 30 ottobre



Profumi, colori, voci, personaggi, culture e storie creano la frizzante atmosfera in cui vi immergerete passeggiando per le vie del Mercato del Salone del Gusto: un percorso alla ricerca della qualità alimentare. Troverete il meglio della produzione gastronomica artigianale d'Italia nel padiglione 2 dove il "Buon Paese" sarà rappresentato da circa 300 produttori selezionati. Via della Carne, via degli Oli, via dei Formaggi o dei Dolci. Inoltre per l'edizione del 2006, delizie e sapori, provenienti da ogni parte del mondo saranno i protagonisti assoluti.

### Sagra delle Castagne

Marradi (Firenze) dall'8 al 29 ottobre 2006

Tutte le domeniche del mese di ottobre a Marradi troverete stand gastronomici con specialità a base di castagne dove gustare i tortelli di marroni, il castagnaccio, la torta di castagne, le marmellate, i marron glacés, i bruciati. Info: [www.sagradellecastagne.it](http://www.sagradellecastagne.it)

### Sagra della Mela Annurca

Valle di Maddaloni (Caserta) 27-28-29 ott. 2006

Regina della festa è la piccola mela rossa dalla pelle liscia e dalla polpa croccante e succosa, già nota nell'antichità, e coltivata oggi in tutta la Campania. Concerti all'aper-

to, sfilate di artisti di strada e spettacoli vari faranno da cornice agli stand allestiti nei giorni della Sagra: naturalmente le mele Annurca, pronte da mordere, fanno bella mostra di sé in ampi cesti, ma ai turisti viene proposto anche l'assaggio di squisiti dolci preparati artigianalmente con il prezioso frutto.

## Il segnalibro

### Khaled Hosseini, Il cacciatore di aquiloni, Piemme



È il racconto del riscatto di un uomo, di un incondizionato amore fraterno, di una crescita umana compiuta attraverso un doloroso processo di conoscenza di sé in un Afghanistan devastato dal delirio di un invasamento folle e omicida.

Un libro che fa riflettere su una triste realtà che molto spesso possiamo solo immaginare da ciò che vediamo in tv.

## Mostre

### Mantegna

Verona - Palazzo della Gran Guardia

dal 16 settembre 2006 al 14 gennaio 2007



La mostra promossa dal Comune di Verona resterà aperta al pubblico, nel Palazzo della Gran Guardia, sino al 14 gennaio 2007 saranno esposti oltre 200 dipinti, disegni, incisioni, miniature, cassoni dipinti; circa 100 musei e collezioni di tutto il mondo coinvolti nell'impresa.

L'esposizione è parte integrante del progetto del Comitato Nazionale per le celebrazioni del quinto centenario della morte di Andrea Mantegna, un'iniziativa unica articolata in tre sedi con tre mostre che si svolgeranno, contemporaneamente, a Padova, Mantova e Verona.

Agenda di libri, film, musica, concerti ed eventi per il tempo libero a cui sarà davvero impossibile dire di no. In questo numero abbiamo scelto per Voi:



Microsoft  
.net

# TopMedia NED

NAVIGAZIONE ELETTRONICA DEI DOCUMENTI

**Dal 1987 Top Consult si dedica alla Gestione Elettronica dei Documenti con la soddisfazione di oltre 300 Clienti e 10.000 utenti finali. Nel 1999 realizza l'Archivio Sostitutivo a norma di legge per un Ente Pubblico. Oggi oltre 80 Aziende e Enti hanno realizzato con noi la Conservazione Sostitutiva di Documenti anche fiscali.**

## Top Consult è:

- Esperienza
- Soluzioni
- Software Top Media
- Ritorno dell'investimento
- Assistenza e Affidabilità
- Futuro

**NAVIGA CON NOI,  
AVANTI VELOCE**

**[www.topconsult.it](http://www.topconsult.it)**

Top Consult è stata una delle prime società italiane ad intuire le potenzialità della gestione elettronica dei documenti, mettendo a punto nel proprio Laboratorio di Sviluppo di Torino il software specifico Top Media, semplice e flessibile. Con questo "motore" l'offerta Top Consult si articola oggi su due aree principali: Progetti di Enterprise Content Management e Soluzioni per la Conservazione Sostitutiva dei documenti a norma di legge.

I **Progetti di Enterprise Content Management** sono realizzati con l'avanzato software Top Media NED orientato al Web e basato sul concetto di "Navigazione Elettronica dei Documenti" aziendali, che consente di archiviare elettronicamente i documenti e di "navigare" al loro interno, di gestirne la movimentazione e i flussi operativi, integrandosi con i programmi gestionali, con i software di office automation e di posta elettronica, con i portali e gli applicativi aziendali. L'utente finale può quindi ricercare e consultare dati e documenti relativi direttamente dal suo normale ambiente di lavoro.

Top Media NED, sviluppato su una piattaforma aperta e scalabile, si compone di diversi moduli indipendenti, fra loro integrabili. Utilizza un server applicativo di ultima generazione e un'interfaccia di programmazione che permette agli sviluppatori di personalizzare e integrare applicazioni Microsoft .Net e Com, oppure Unix, Linux e mondo Java attraverso XML Web Service, creando così soluzioni su misura e adattandosi a qualsiasi ambiente applicativo aziendale.

Le **Soluzioni per la Conservazione Ottica Sostitutiva** a norma di legge operano secondo il nuovo quadro normativo per i documenti a rilevanza civilistica e fiscale che consente di eliminare gli archivi cartacei. Basate sulla specifica esperienza maturata da Top Consult con progetti realizzati a partire dal '99, consentono di firmare digitalmente i documenti, marcarli temporalmente e organizzarli in archivi sostitutivi autonomi secondo i requisiti di legge.

Le diverse soluzioni disponibili - Lex, ArchiLex e TM Lex - si rivolgono sia a chi usa già in azienda la gestione elettronica dei documenti (con Top Media o con sistemi della concorrenza) sia a chi affronta per la prima volta gestione documentale e conservazione sostitutiva.

Le soluzioni sono inoltre corredate da una serie di servizi di consulenza e assistenza, esclusivi sul mercato, che affiancano il "Responsabile della conservazione ottica sostitutiva" dell'azienda in tutti gli adempimenti previsti dalla legge: servizi di formazione, consulenza legale e organizzativa, certificazione legale di un Manuale delle procedure adottate, supporto e audit per mantenere a norma la procedura per tutto il periodo obbligatorio di conservazione.

Top Consult S.r.l.  
Via Valeggio 22/E - 10128 Torino  
Tel. 011.58.05.994  
Fax 011.58.05.995  
[www.topconsult.it](http://www.topconsult.it)  
[marketing@topconsult.it](mailto:marketing@topconsult.it)

**TOPCONSULT**



**AVANTI VELOCE**

# InFarma. Infinite Possibilità

COMPLETAMENTE INTEGRATE TRA LORO,  
LE LINEE DI PRODOTTI INFARMA  
SONO IN GRADO DI SODDISFARE  
QUALUNQUE ESIGENZA MANAGERIALE  
E TECNOLOGICA.

#### **DiFARM**

IL GESTIONALE DEL DISTRIBUTORE  
FARMACEUTICO LEADER  
DEL MERCATO ITALIANO.

#### **BlockFARM**

NATIVO WINDOWS, IL PIU' EVOLUTO  
GESTIONALE DELLA FARMACIA.

#### **TSGATE**

IL PROTOCOLLO DI COMUNICAZIONE  
STANDARD PER CLIENTELA E  
CONCORRENZA.

#### **INFARMACLICK**

IL KIT DELLA COMUNICAZIONE  
FARMACEUTICA IN UN CLICK.

INFARMA, IL PARTNER PER LE SOLUZIONI TECNOLOGICHE.

**In**  
**farma**  
INFORMATICA FARMACEUTICA