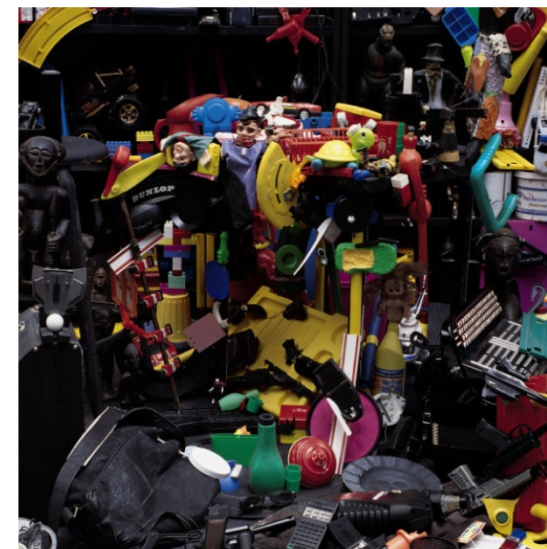


Cosa vediamo?



## *Distribuzione farmaci al pubblico*

più  
concorrenza + diritti

Nobody's Unpredictable



Job n. 31486IZ01



# Indice

- *Metodologia*
- *Il campione*
  
- **Il settore di attività in generale**
- **Il proprio settore di attività**
- **Osservazioni dell'intervistatore**
- **Indici e aree tematiche**
- **Considerazioni sul D.L. Bersani sulle privatizzazioni**
  
- **Commento**



# Metodologia/1

**Ambiti commerciali interessati:** in totale 10 e cioè

- Servizi professionali
- Distribuzione commerciale
- Produzione pane
- **Distribuzione farmaci al pubblico**
- Servizio taxi
- Beni mobili registrati
- Responsabilità civile auto
- Prodotti agro alimentari
- Settore bancario e creditizio
- Trasporto comunale e intercomunale

**Numerosità campionaria ed estensione territoriale:**

Per ogni ambito commerciale (mercato oggetto di osservazione) sono state effettuate 2 interviste nei 103 comuni capoluogo di provincia, con sovracampionamento dei grandi centri.

.Ogni mercato è composto di 244 interviste

Complessivamente, nel totale dei 10 settori, 2440 interviste

**Tecnica di rilevazione:** intervista personale presso il luogo di lavoro condotta tramite l'ausilio del PC (CAPI).

**Metodo di raccolta delle informazioni:** intervista diretta agli intervistati e osservazioni oggettive da parte degli intervistatori (orari di apertura tramite gli orari esposti e rilevazione dei prezzi di prodotti di uso comune)



## Metodologia/2

### Variabili oggetto di osservazione:

Declinazione in 6 aree tematiche e cioè:

- Offerta
- Prezzi
- Pubblicità e comunicazione
- Contratti
- Orari
- Autodisciplina-customer care

### La ponderazione dei risultati:

Al fine di rappresentare correttamente le proporzioni territoriali italiane, i dati sono stati ponderati secondo i seguenti parametri

→ Popolazione della provincia

→ Area geografica per ampiezza centri

In maniera da poter garantire una corretta lettura a livello nazionale, di macro regioni (nord ovest- nord est- centro – sud/Isole) e per centri di maggiore, media, minore dimensione.



## Metodologia/3

### Gli indici di “performance”

Per ogni area tematica analizzata sono stati costruiti degli “indici di performance” analizzabili sia a livello di singolo mercato che, trasversalmente, rispetto all’area territoriale e ai diversi mercati analizzati.

Il valore dell’indice è funzione dello scarto tra valori positivi (aumento/miglioramento) e valori negativi (diminuzione/ peggioramento); quanto più è alto il valore dell’indice tanto più è elevata la percezione dell’incremento registrato per la variabile esaminata. Se l’indice ha valore negativo significa che, nella percezione degli intervistati, è prevalente la sensazione di peggioramento/ diminuzione per il fenomeno considerato.

Il range entro cui sono compresi i valori dell’indice va da +100 a –100. I valori prossimi allo zero indicano differenze poco significative tra la percezione positiva e negativa.

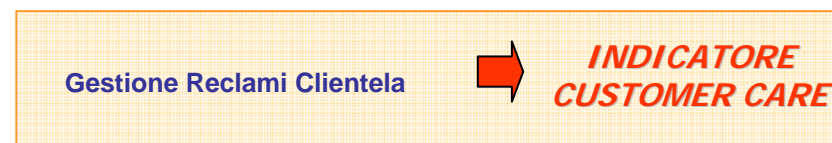
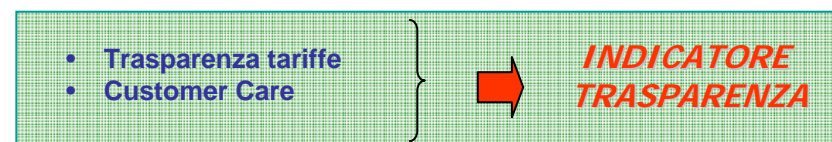
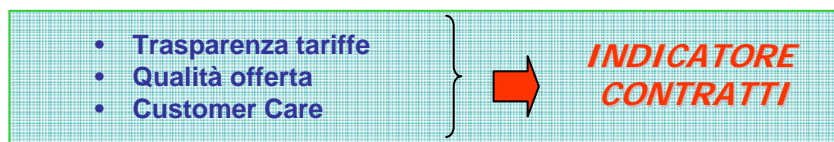
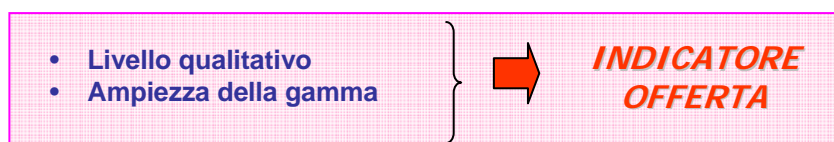
Nella pagina successiva una tabella esemplificativa.



# Metodologia: il metodo di costruzione dell'indice di performance

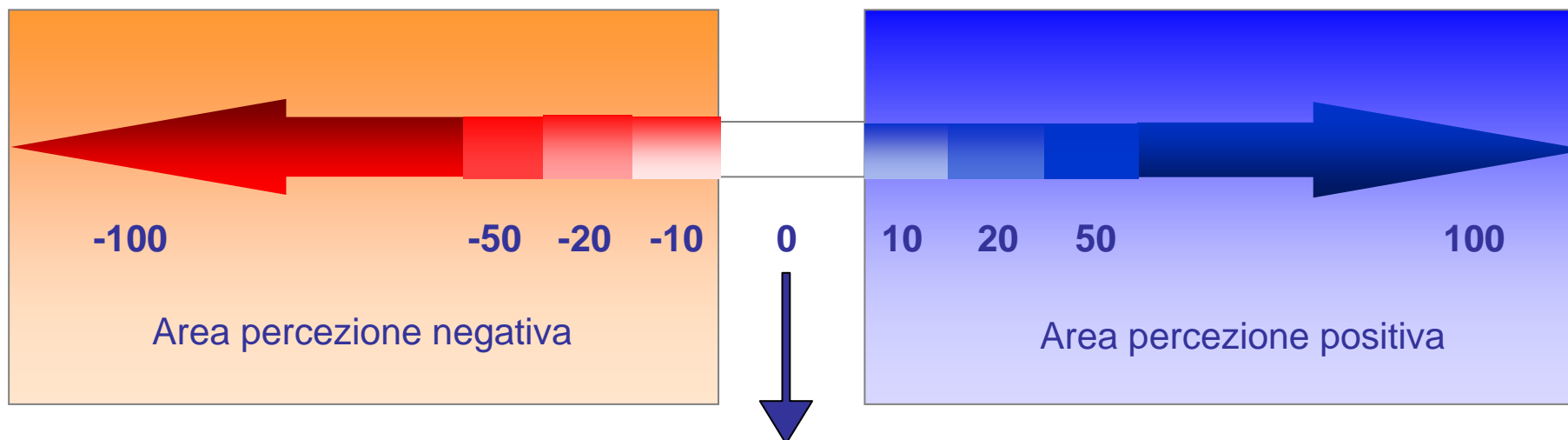
Gli indici di performance rappresentano indicatori sintetici che permettono di identificare l'andamento del mercato nel suo complesso per mezzo del monitoraggio delle aree tematiche più rilevanti.

Dal punto di vista operativo gli indici sono il risultato di un aggregato di variabili o dell'indicizzazione di variabili singole. Di seguito una tabella esemplificativa del metodo di costruzione





## Metodologia: i valori dell'indice



<i>Legenda</i>	<i>Valore Indice</i>
Completamente peggiorato	-100
Molto peggiorato	-50
Abbastanza peggiorato	-20
Lievemente peggiorato	-10

Nessuna variazione

<i>Legenda</i>	<i>Valore Indice</i>
Completamente migliorato	+100
Molto migliorato	+50
Abbastanza migliorato	+20
Lievemente migliorato	+10



---

# Il campione intervistato

---



# I soggetti coinvolti

Al fine di interpretare correttamente l'effetto delle liberalizzazioni nei mercati considerati, sono stati intervistati due tipi di soggetti:

I **LIBERALIZZATI**, cioè coloro che sono stati direttamente coinvolti dal processo di liberalizzazione in quanto facenti parte della categoria professionale interessata dal processo di liberalizzazione.

GLI **OSSERVATORI** cioè i soggetti che, pur non essendo direttamente coinvolti nel processo di liberalizzazione poiché non appartenenti al mercato liberalizzato, ne hanno indirettamente potuto constatare gli effetti e fornire quindi informazioni da una prospettiva "privilegiata".

Nel mercato oggetto di osservazione gli intervistati appartengono alla categoria **LIBERALIZZATI** ed a quella degli **OSSERVATORI** e sono costituiti da:



**122 Farmacisti** (*liberalizzati*)



**122 Medici di base** (*osservatori*)



---

# Il settore di attività in generale

---

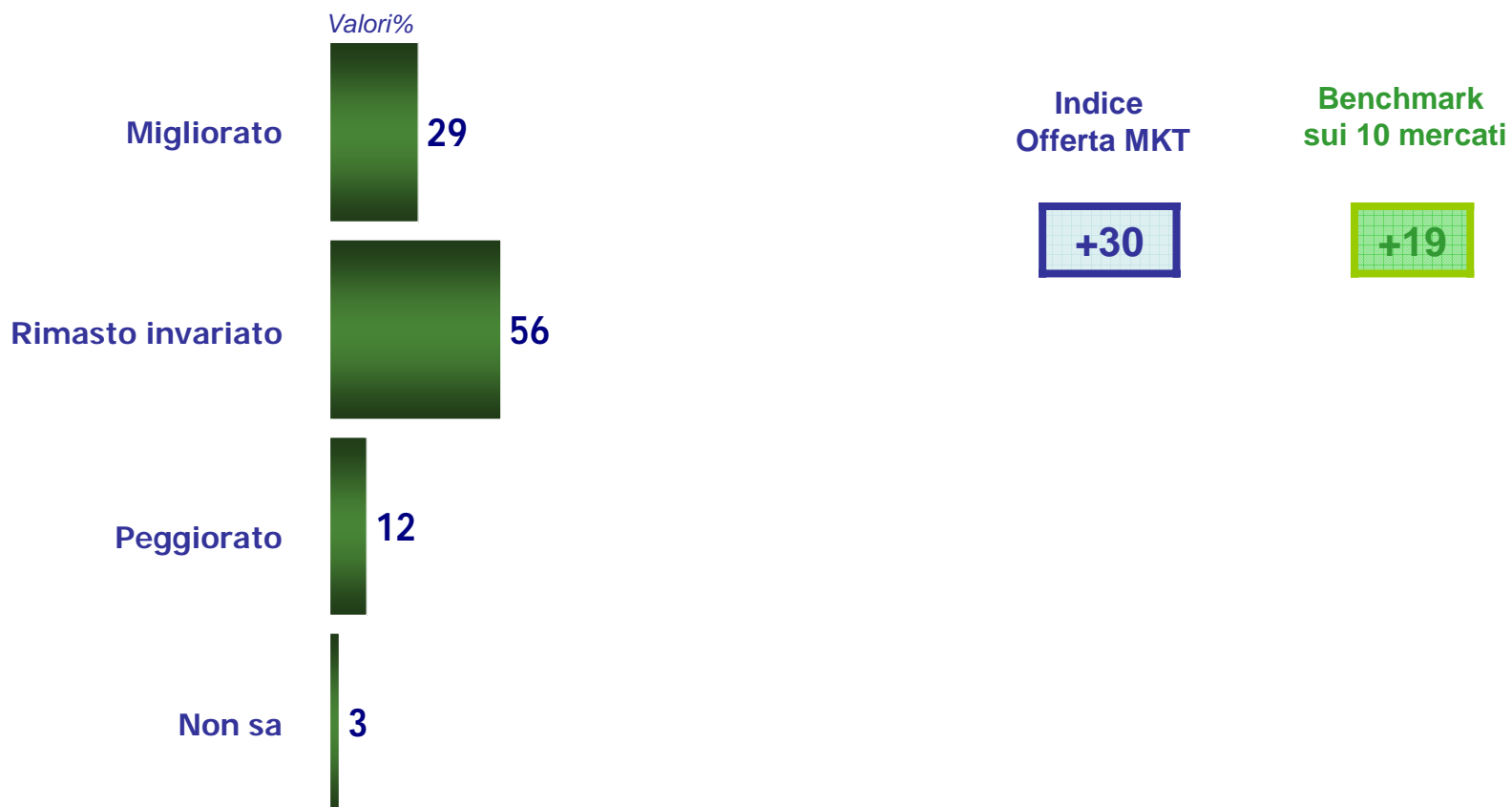
*Domande sottoposte ai soggetti liberalizzati e agli osservatori*



# Qualità dell'offerta

## – totale Italia

Dom. 2 Direbbe che il livello qualitativo nel settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona, rispetto ad un anno fa, è migliorato, invariato o peggiorato? Non faccia riferimento alla sua esperienza personale ma risponda in base alla sua opinione in generale



Base: totale intervistati (244)



# Qualità dell'offerta

## – analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 2 Direbbe che il livello qualitativo nel settore della distribuzione di farmaci al pubblico, rispetto ad un anno fa, è migliorato, invariato o peggiorato? Non faccia riferimento alla sua esperienza personale ma risponda in base alla sua opinione in generale

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mil a ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
<b>Migliorato</b>	27	21	28	35	23	29	31	27	33	24
<b>Rimasto invariato</b>	61	66	63	45	69	55	52	63	47	63
<b>Peggiorato</b>	7	12	7	18	4	14	12	8	16	11
<b>Non sa</b>	5	1	2	2	4	2	5	2	4	2
<b>Indice Offerta MKT</b>	31	22	32	31	29	31	28	31	33	18

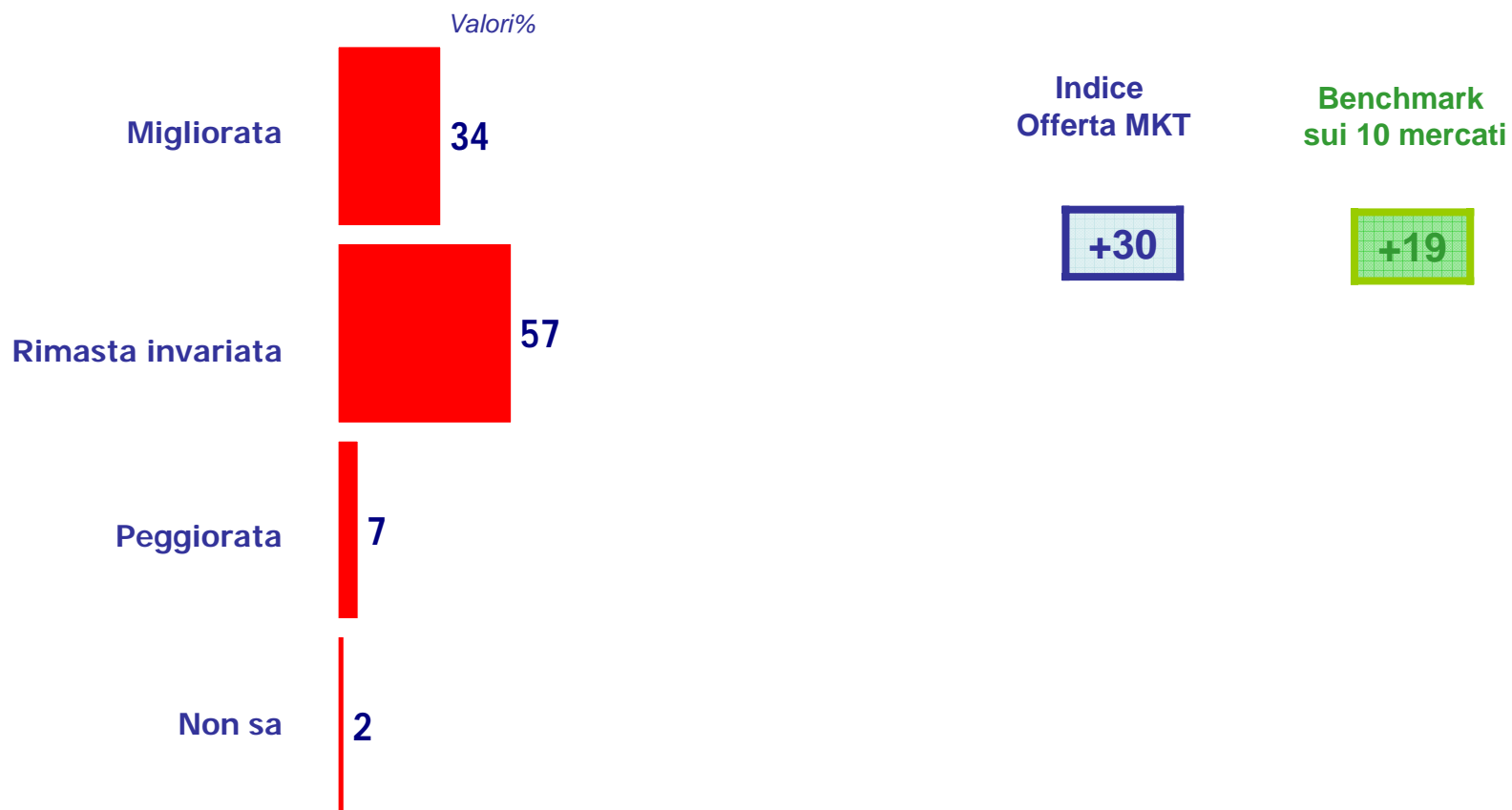
Base: totale intervistati (244)



# Ampiezza dell'offerta

– totale Italia

Dom. 4 E pensando al settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona, lei direbbe che l'ampiezza dell'offerta disponibile è...



Base: totale intervistati (244)



# Ampiezza dell'offerta

## – analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 4 E pensando al settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona, lei direbbe che l'ampiezza dell'offerta disponibile è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
<b>Migliorato</b>	37	27	36	34	36	37	27	37	39	17
<b>Rimasto invariato</b>	54	66	61	53	56	54	64	57	50	73
<b>Peggiorato</b>	4	6	3	11	4	8	4	6	7	7
<b>Non sa</b>	5	1	-	2	4	1	5	0	4	3
<b>Indice Offerta MKT</b>	31	22	32	31	29	31	28	31	33	18

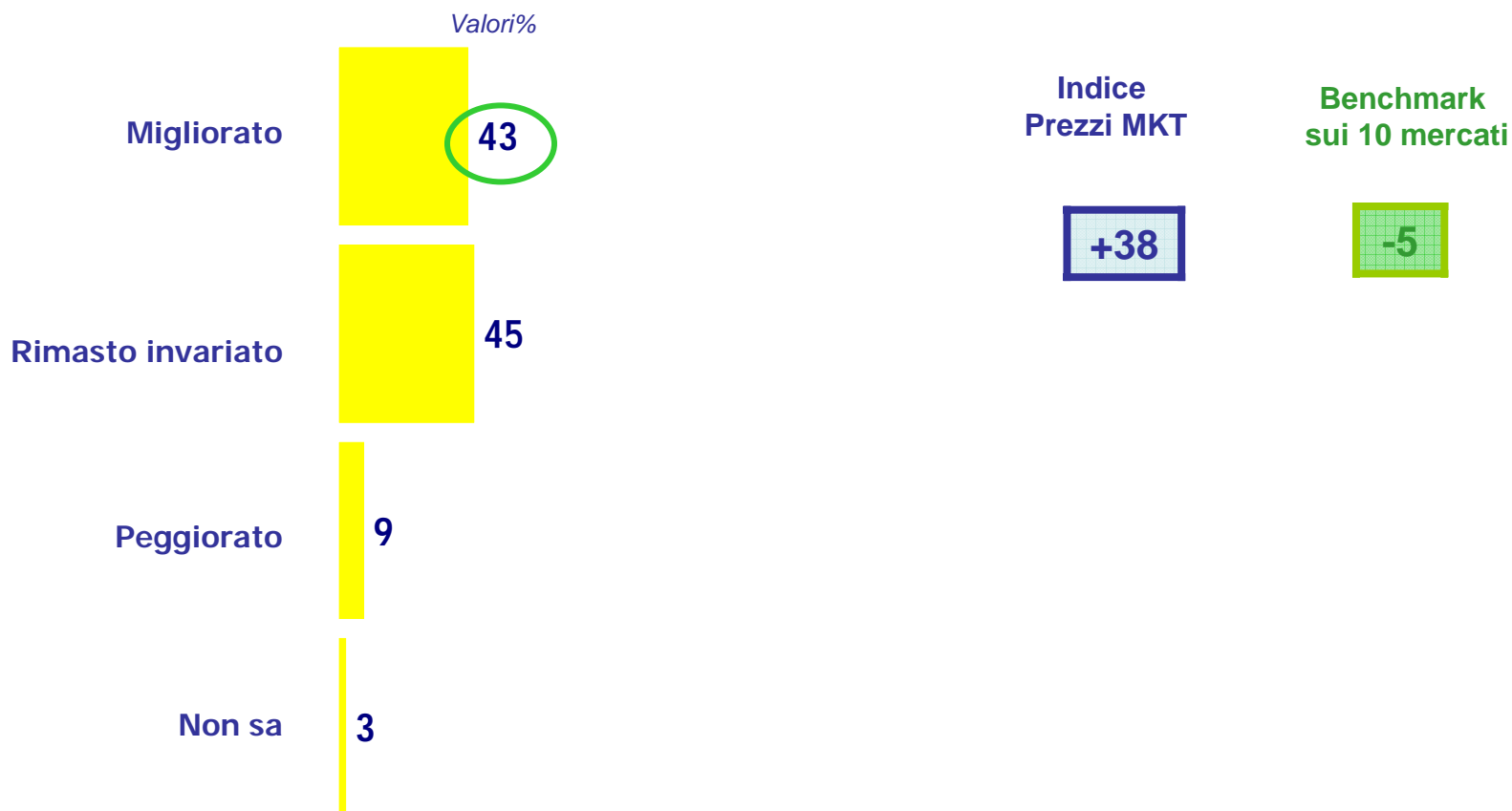
Base: totale intervistati (244)



# Livello dei prezzi – totale Italia



Dom. 6 E pensando al settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona, lei direbbe che il livello dei prezzi è....



Base: totale intervistati (244)



# Livello dei prezzi

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 6 E pensando al settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona, lei direbbe che il livello dei prezzi è....

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	47	54	37	37	39	42	42	38	47	45
Rimasto invariato	37	43	55	46	43	45	49	44	44	48
Peggiorato	13	3	5	12	13	10	7	13	6	7
Non sa	3	-	3	5	5	3	2	5	3	-
Indice Prezzi MKT	42	41	33	37	34	38	35	35	44	32

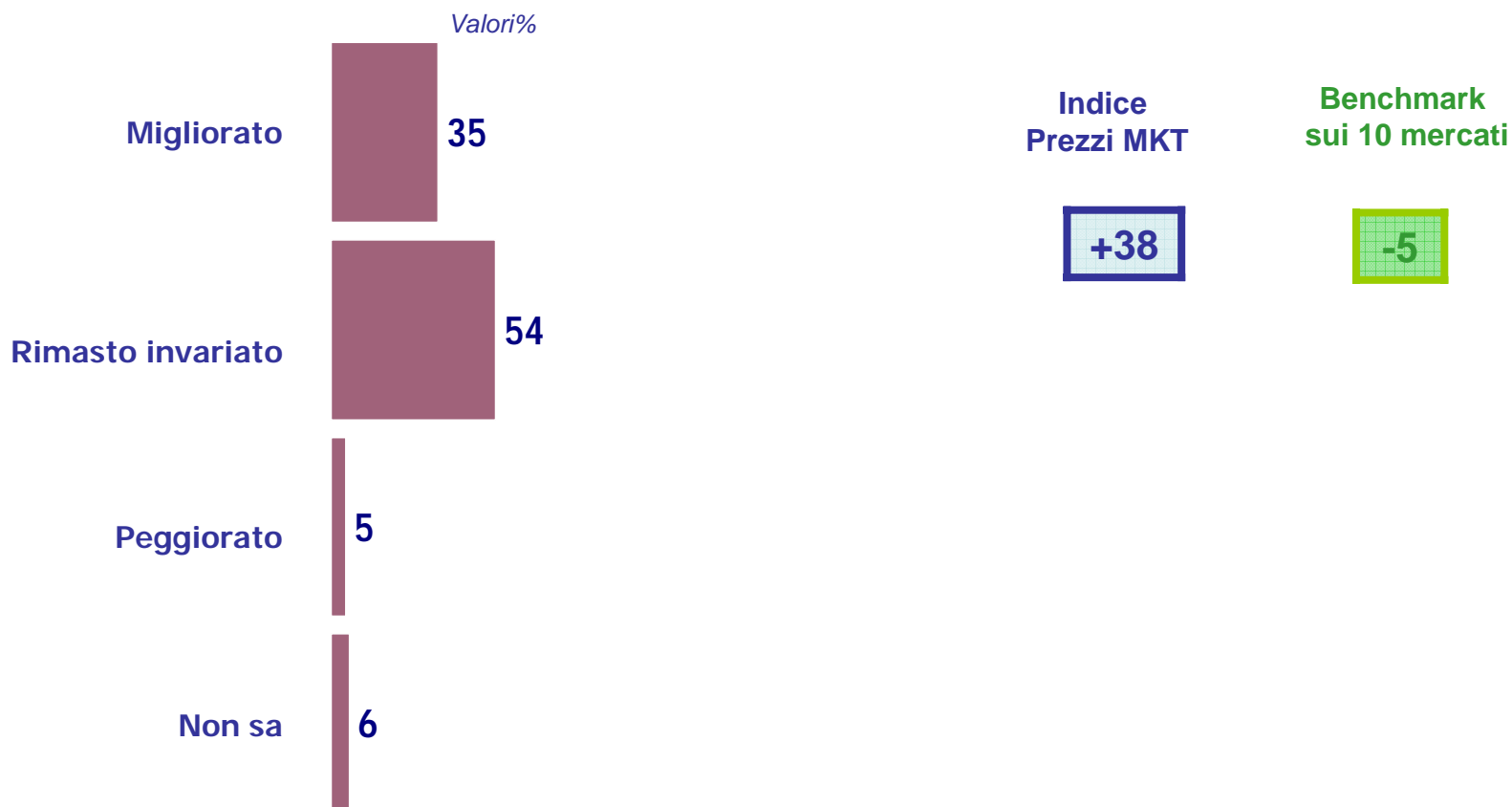
Base: totale intervistati (244)



# Trasparenza dei prezzi – totale Italia

STAMPATO 90	EUR
FARMACINI 04	3,59
AFER SPUR	0,40
BONOL SPESA	4,75
	0,65
Subtotale	9,33
TOTALE euro	9,83
(Eur I-L, 1995,20)	
Part. a L. 17,077	
	EUR
Euro	10,00
Resto	1,17
Part. a L. 2,065	
TRON 0004 0004000	
09/07/07 14-35 Nr. 487	

Dom. 8 E pensando al settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona, lei direbbe che il livello di trasparenza di prezzi e tariffe è...



Base: totale intervistati (244)



# Trasparenza dei prezzi

## – analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 8 E pensando al settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona, lei direbbe che il livello di trasparenza di prezzi e tariffe e...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	38	29	29	40	32	37	28	36	41	21
Rimasto invariato	49	65	68	45	60	51	59	55	48	66
Peggiorato	6	2	-	8	5	8	3	5	5	6
Non sa	7	4	3	7	3	4	10	4	6	7
Indice Prezzi MKT	42	41	33	37	34	38	35	35	44	32

Base: totale intervistati (244)

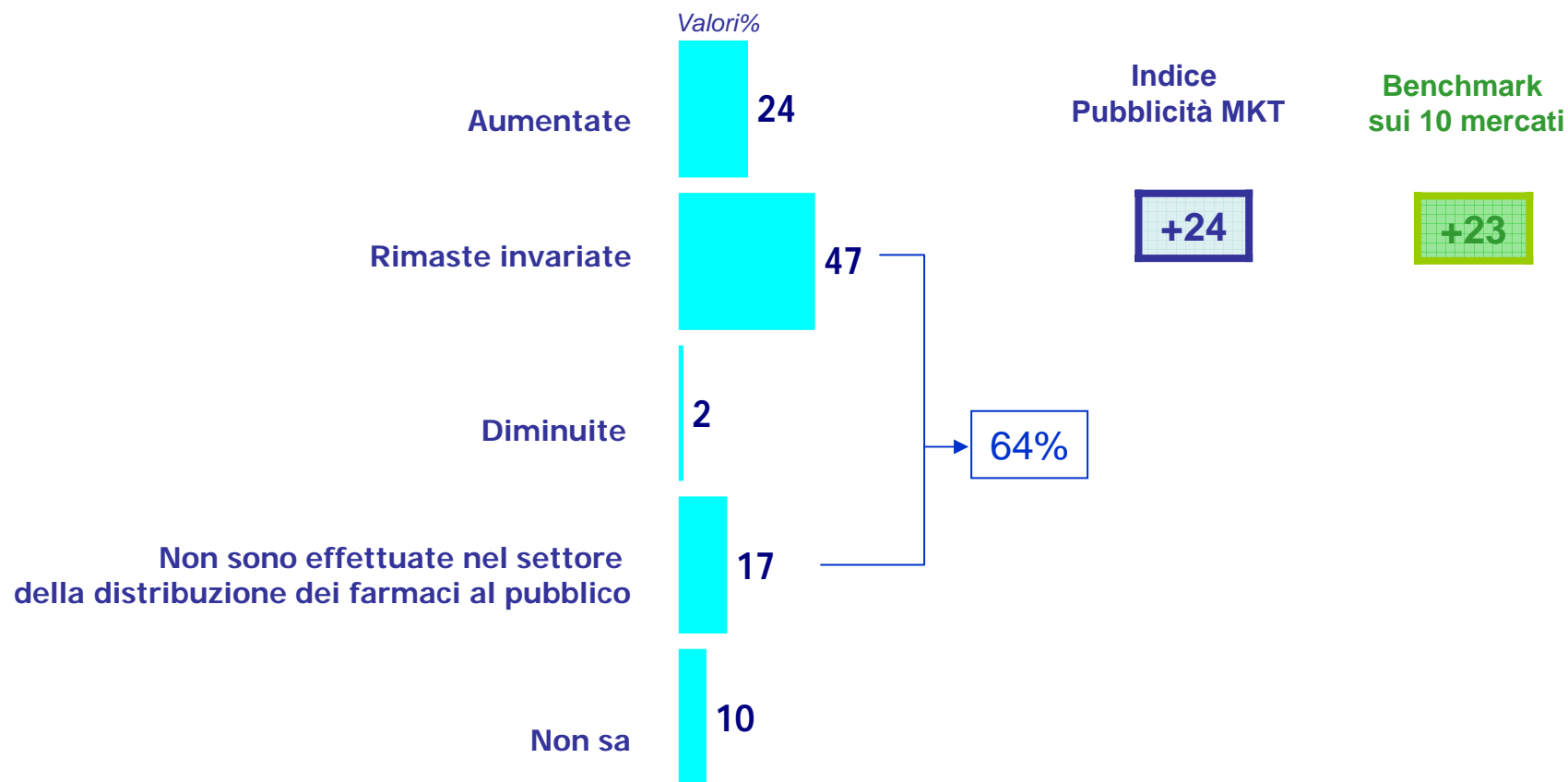


# Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– totale Italia

PUBBLICITÀ

Dom. 10 E pensando al settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona, lei direbbe che le iniziative pubblicitarie e di comunicazione sono...



Base: totale intervistati (244)



# Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– analisi per le principali variabili territoriali

PUBBLICITÀ

Dom. 10 E pensando al settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona, lei direbbe che le iniziative pubblicitarie e di comunicazione sono...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentate	22	11	28	31	23	23	26	24	23	28
Rimaste invariate	54	51	47	40	43	46	49	46	46	54
Diminuite	2	3	2	1	3	2	2	-	2	5
Non effettuate	12	15	18	23	15	18	19	20	18	9
Non sa	10	20	5	5	16	11	4	10	11	4
Indice Pubblicità MKT	21	10	28	31	23	23	26	24	22	27

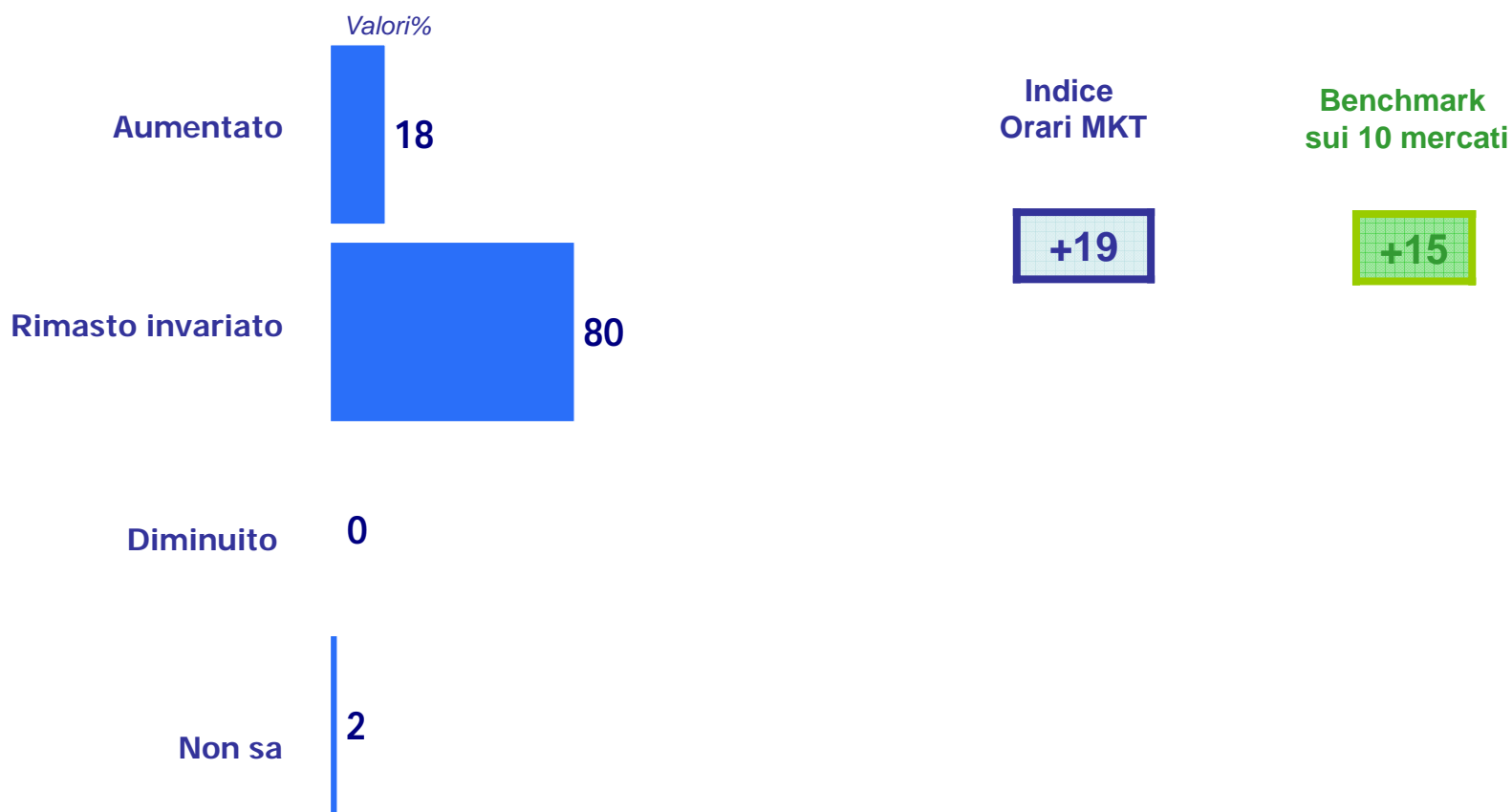


# Orari di apertura al pubblico

## – totale Italia



Dom. 13 Relativamente agli orari di apertura al pubblico, secondo lei, rispetto ad un anno fa, il numero TOTALE delle ore di apertura SETTIMANALI nell'ambito del settore della distribuzione di farmaci della sua zona sono...



Base: totale intervistati (244)

# Orari di apertura al pubblico

– analisi per le principali variabili territoriali



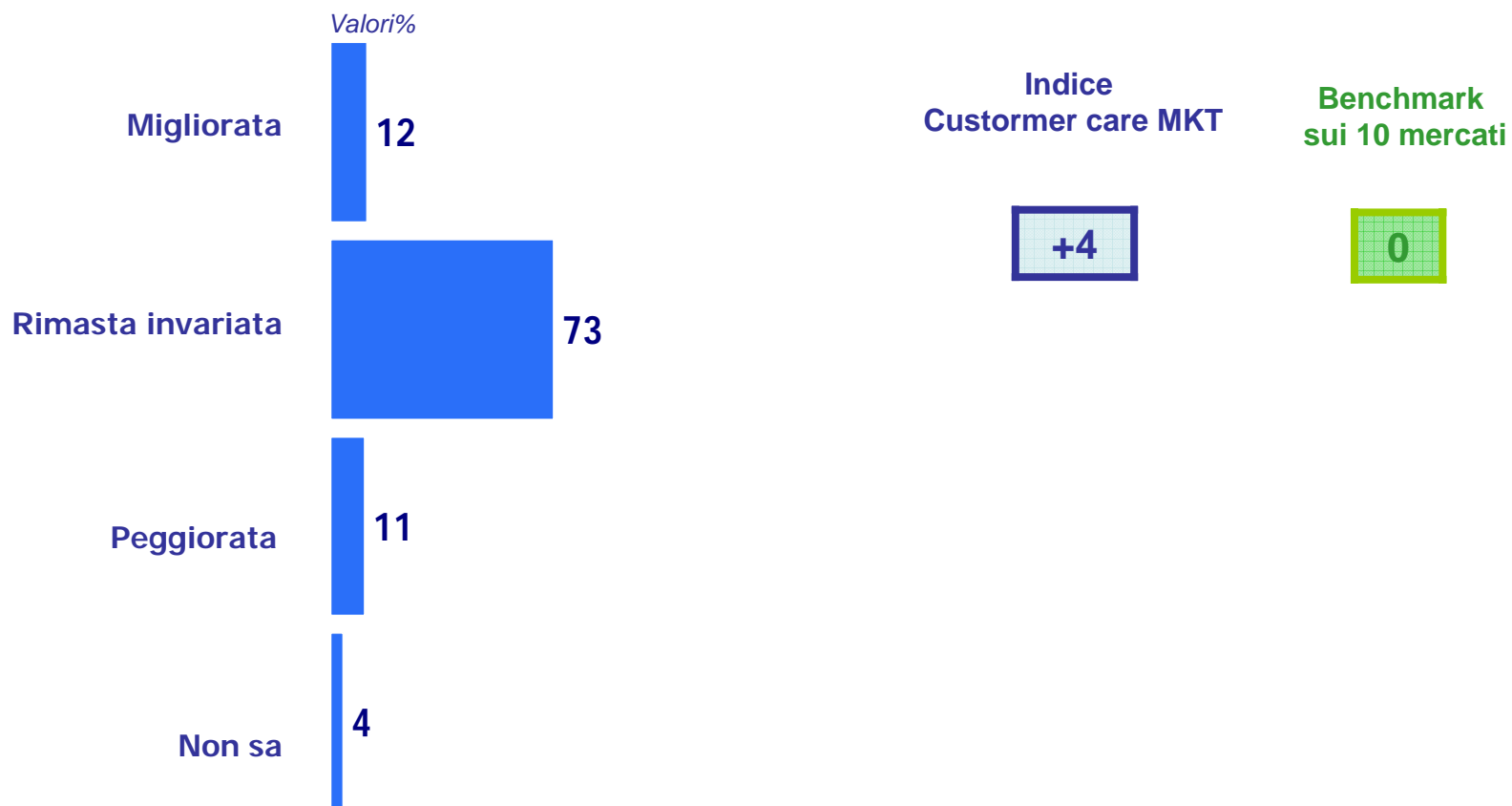
Dom. 13 Relativamente agli orari di apertura al pubblico, secondo lei, rispetto ad un anno fa, il numero TOTALE delle ore di apertura SETTIMANALI nell'ambito del settore della distribuzione di farmaci della sua zona sono...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
<b>Aumentato</b>	25	16	21	14	15	9	33	22	15	19
<b>Rimasto invariato</b>	73	81	79	84	85	87	65	78	81	81
<b>Diminuito</b>	-	1	-	-	-	1	-	-	1	-
<b>Non sa</b>	2	2	-	2	-	3	2	-	3	-
<b>Indice Orari MKT</b>	25	16	21	14	15	9	33	22	15	19



# La gestione dei reclami dei clienti – totale Italia

Dom. 17 Parlando della gestione dei reclami dei clienti, lei direbbe che – rispetto ad un anno fa – la situazione nel settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona e....



Base: totale intervistati (244)



# La gestione dei reclami dei clienti

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 17 Parlando della gestione dei reclami dei clienti, lei direbbe che – rispetto ad un anno fa – la situazione nel settore della distribuzione di farmaci al pubblico nella sua zona e....

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorata	13	11	13	11	16	11	11	17	7	12
Rimasta invariata	78	77	78	65	65	73	76	70	76	73
Peggiorata	4	11	8	18	12	15	6	12	11	10
Non sa	5	1	1	6	7	1	7	1	6	5

Indice Customer care MKT	12	-4	10	-14	11	-10	9	12	-8	5
--------------------------	----	----	----	-----	----	-----	---	----	----	---



---

# Il proprio settore di attività

---

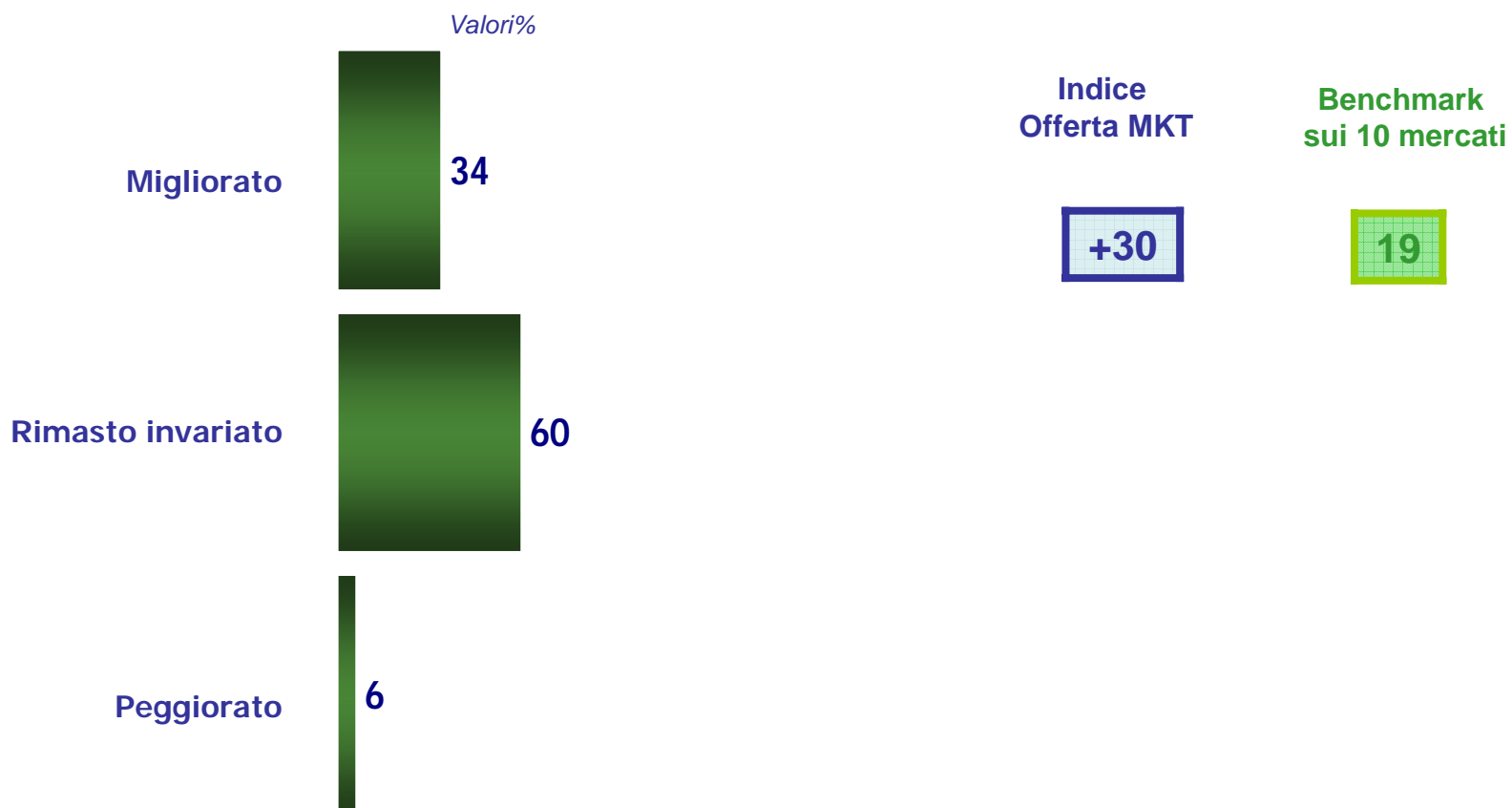
*Domande sottoposte ai soli soggetti liberalizzati*



# Qualità dell'offerta

## – totale Italia

Dom. 1 Rispetto ad un anno fa, lei direbbe che il livello qualitativo dell'offerta della sua farmacia è...



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Qualità dell'offerta

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 1 Rispetto ad un anno fa, lei direbbe che il livello qualitativo dell'offerta della sua farmacia è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	34	14	38	43	45	35	27	38	35	22
Rimasto invariato	66	78	55	49	52	59	64	59	59	65
Peggiorato	-	8	7	8	3	6	9	3	6	13
Indice Offerta MKT	31	22	32	31	29	31	28	31	33	18

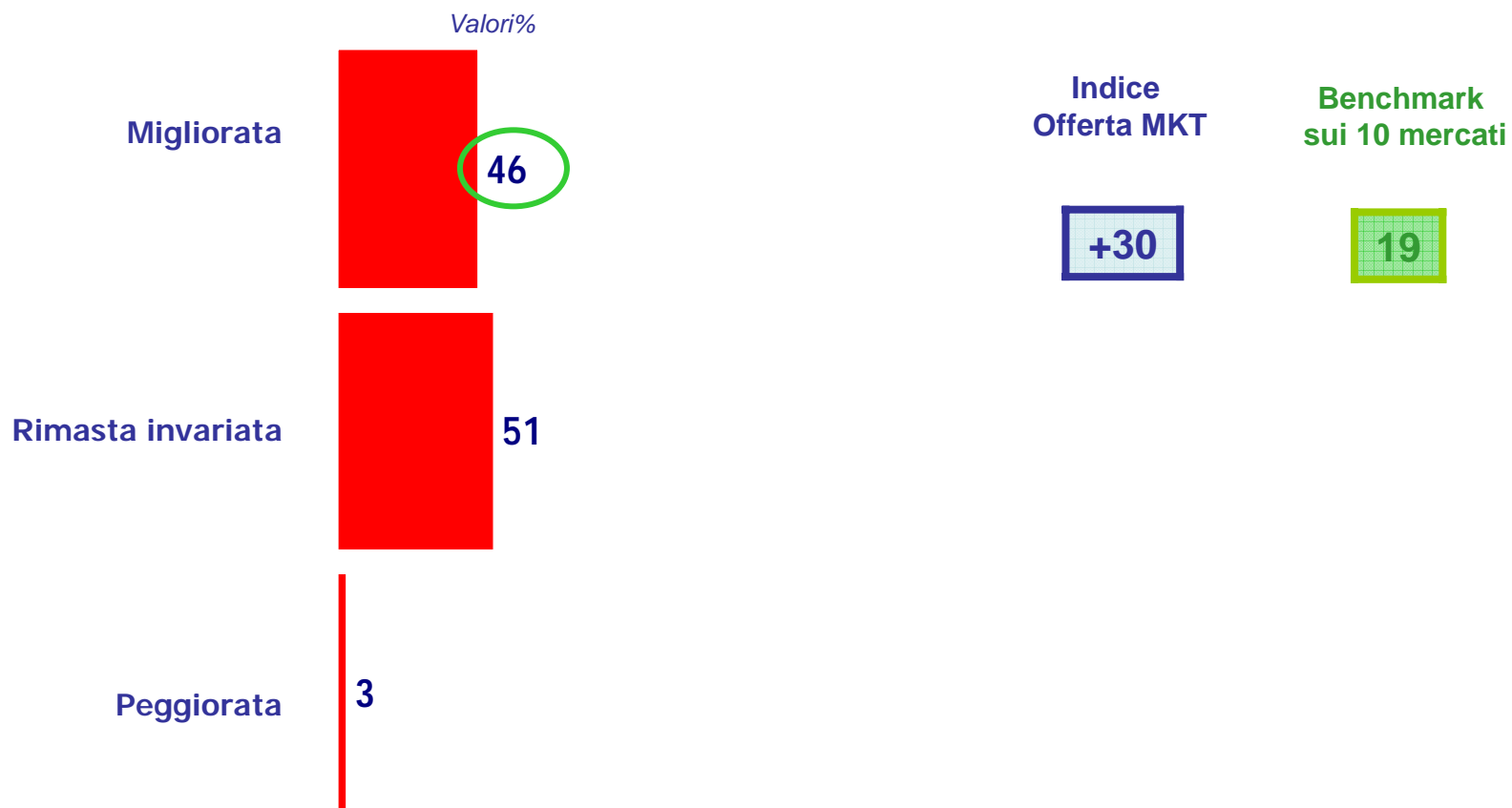
Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Ampiezza dell'offerta

– totale Italia

Dom. 3 Secondo l'ej, l'ampiezza dell'offerta cioè il numero di prodotti e proposte che la sua farmacia offre alla clientela, rispetto all'anno scorso è...



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Ampiezza dell'offerta

## – analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 3 Secondo l'ej, l'ampiezza dell'offerta cioè il numero di prodotti e proposte che la sua farmacia offre alla clientela, rispetto all'anno scorso è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorata	50	35	48	48	56	54	38	44	61	21
Rimasta invariata	46	59	46	52	41	43	59	52	36	76
Peggiorata	4	6	6	-	3	3	3	4	3	3
Indice Offerta MKT	31	22	32	31	29	31	28	31	33	18

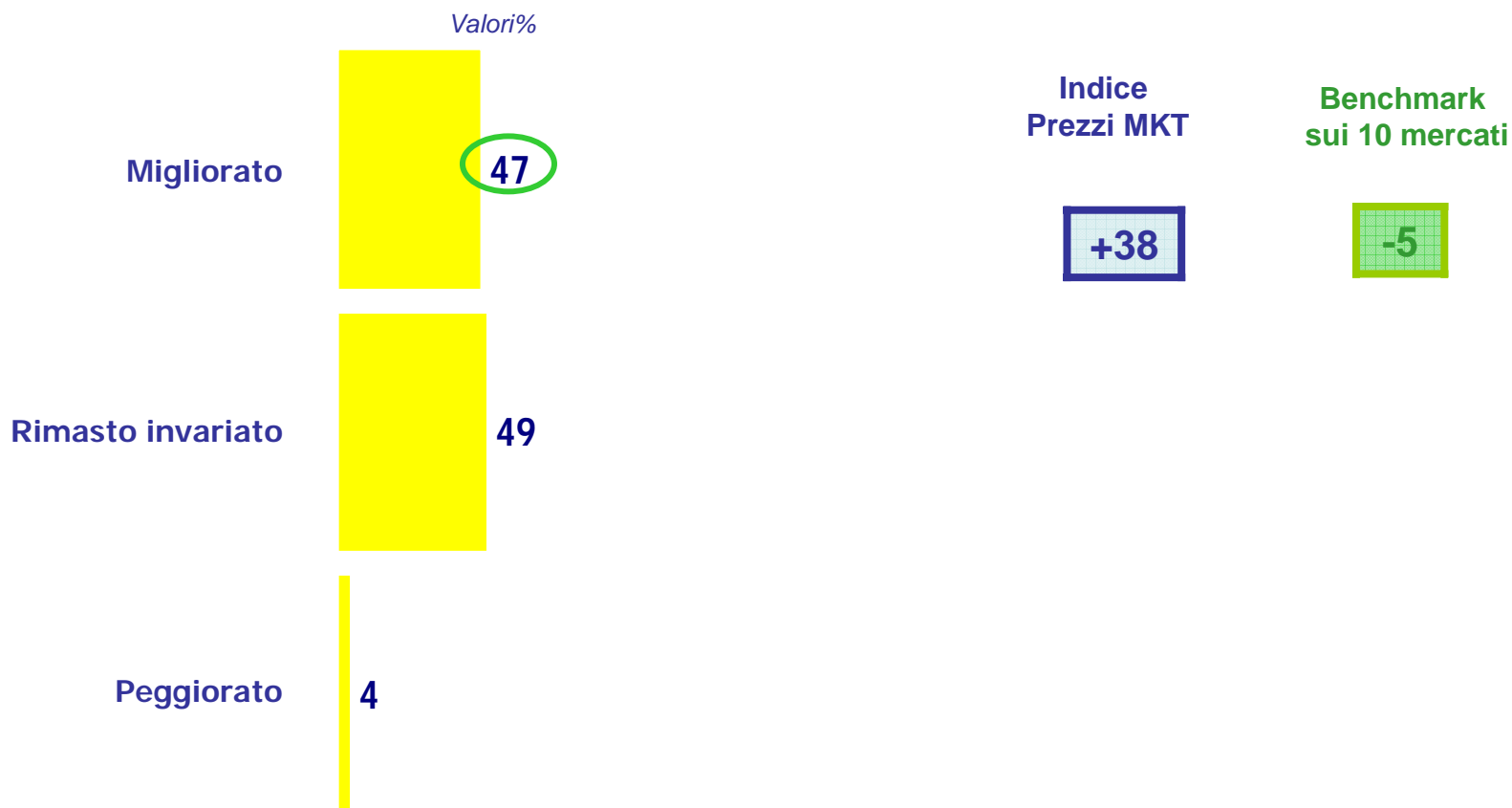
Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Livello dei prezzi – totale Italia



Dom. 5 Per quanto riguarda il livello dei prezzi applicato dalla sua farmacia, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, è...



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Livello dei prezzi

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 5 Per quanto riguarda il livello dei prezzi applicato dalla sua farmacia, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mil a ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	48	44	40	52	47	49	37	46	50	45
Rimasto invariato	46	56	57	43	46	47	59	46	50	52
Peggiorato	6	-	3	5	7	4	4	8	-	3
Indice Prezzi MKT	42	41	33	37	34	38	35	35	44	32

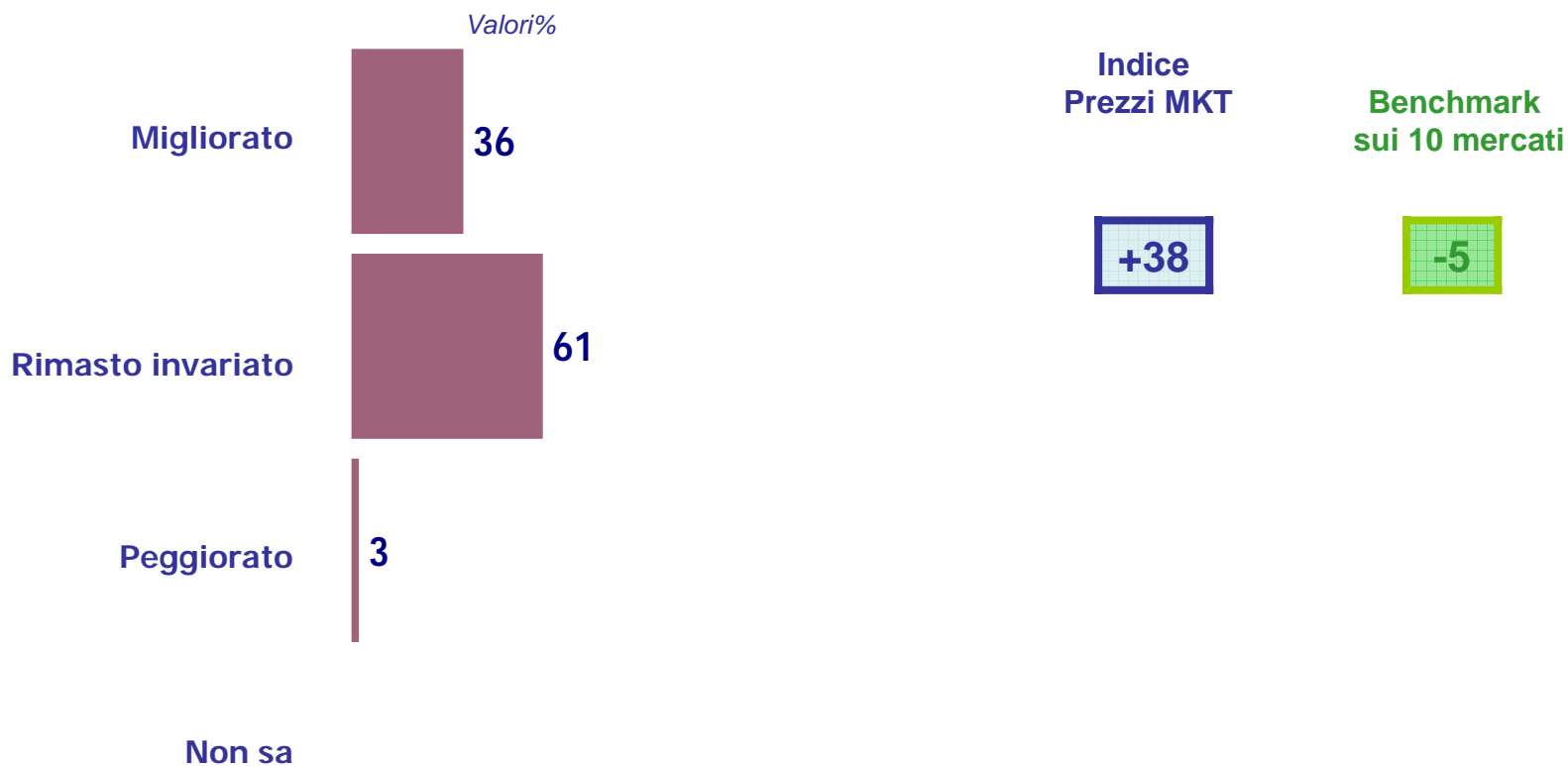
Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Trasparenza dei prezzi – totale Italia



Dom. 7 Rimanendo sempre in tema di prezzi e tariffe, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, il livello di trasparenza dei prezzi applicato dalla sua farmacia è...



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Trasparenza dei prezzi

## – analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 7 Rimanendo sempre in tema di prezzi e tariffe, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, il livello di trasparenza dei prezzi applicato dalla sua farmacia è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Migliorato	43	21	35	40	36	38	28	35	36	40
Rimasto invariato	56	73	65	57	56	58	72	60	63	60
Peggiorato	1	6	-	3	8	4	-	5	1	-
Indice prezzi MKT	42	41	33	37	34	38	35	35	44	32

Base: totale soggetti liberalizzati (122)

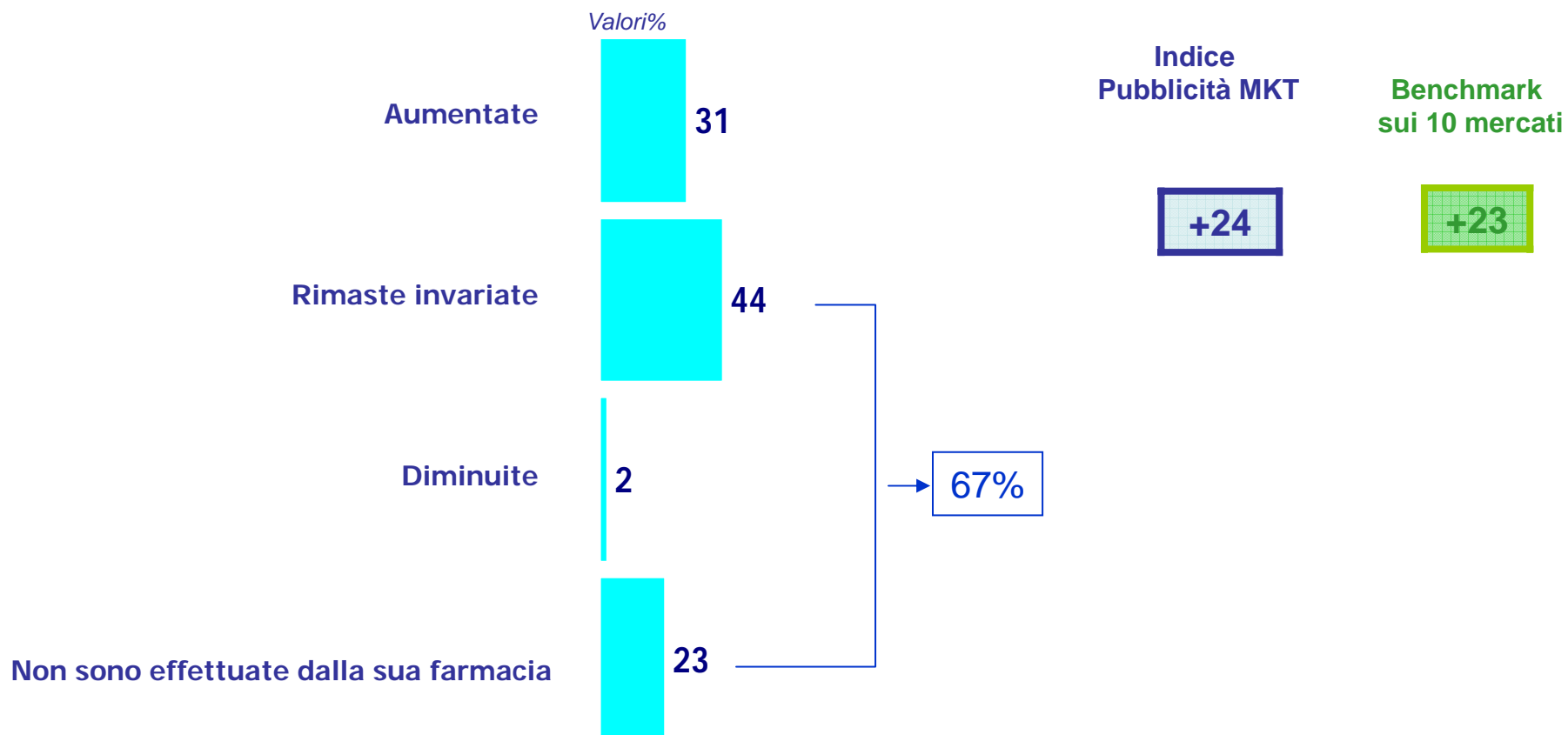


# Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– totale Italia

PUBBLICITÀ

Dom. 9 Parlando di iniziative pubblicitarie e di comunicazione effettuate dalla sua farmacia, rispetto ad un anno fa, lei direbbe che sono....



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– analisi per le principali variabili territoriali

PUBBLICITÀ

Dom. 9 Parlando di iniziative pubblicitarie e di comunicazione effettuate dalla sua farmacia, rispetto ad un anno fa, lei direbbe che sono....

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentate	22	33	34	35	23	31	33	27	35	32
Rimaste invariate	60	39	42	37	51	36	52	42	43	52
Diminuite	-	7	-	1	-	6	-	3	1	-
Non effettuate	18	21	24	27	26	27	15	28	21	16
Indice pubblicità MKT	21	10	28	31	23	23	26	24	22	27

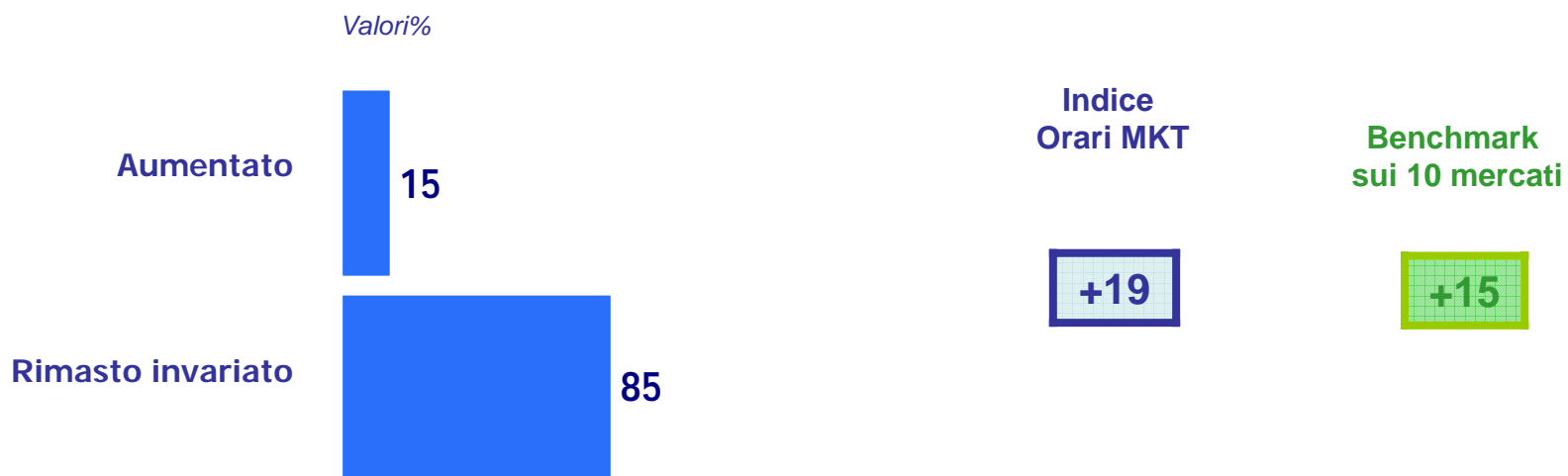
Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Orari di apertura al pubblico – totale Italia



Dom. 11 Relativamente agli orari di apertura al pubblico, secondo lei, rispetto ad un anno fa, il numero TOTALE delle ore di apertura SETTIMANALI della sua farmacia è....



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Orari di apertura al pubblico

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 11 Relativamente agli orari di apertura al pubblico, secondo lei, rispetto ad un anno fa, il numero TOTALE delle ore di apertura SETTIMANALI della sua farmacia è....

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentato	23	3	16	16	13	7	22	17	12	19
Rimasto invariato	77	97	84	84	87	93	78	83	88	81
Indice Orari MKT	25	16	21	14	15	9	33	22	15	19

Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Orari di apertura al pubblico – totale Italia



Dom. 12 E direbbe che il numero TOTALE di GIORNI di apertura al pubblico della sua farmacia è...



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Orari di apertura al pubblico

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 12 E direbbe che il numero TOTALE di GIORNI di apertura al pubblico della sua farmacia è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Aumentato	2	10	14	6	3	9	8	8	6	9
Rimasto invariato	98	90	86	94	97	91	92	92	94	91

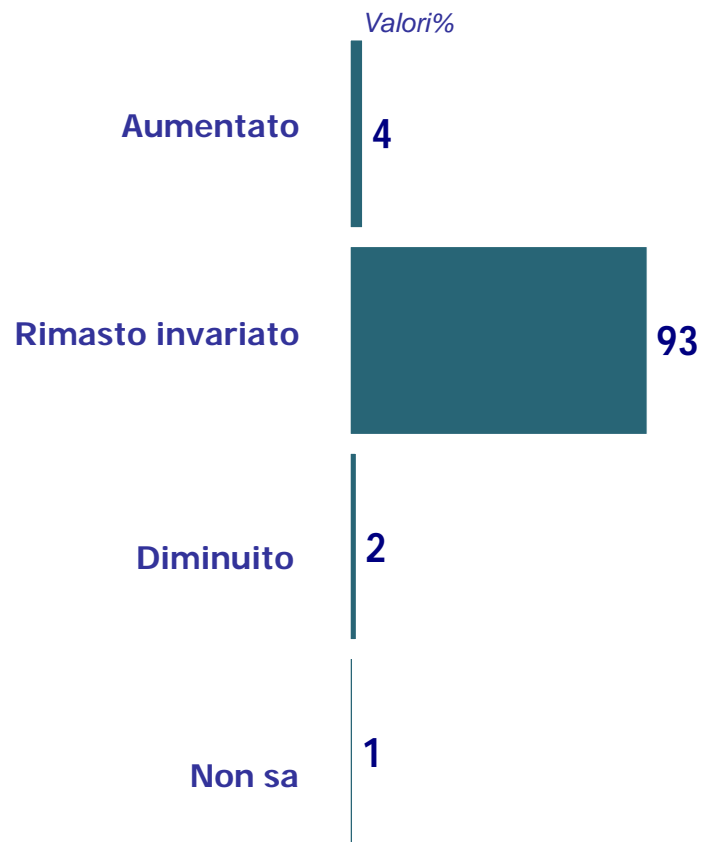
Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Orari di apertura al pubblico – totale Italia



Dom. 14 Rimanendo sempre in tema di orari di apertura al pubblico, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, la sua farmacia ha aumentato, diminuito o mantenuto invariato il numero di APERTURE SERALI?



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Orari di apertura al pubblico

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 14 Rimanendo sempre in tema di orari di apertura al pubblico, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, la sua farmacia ha aumentato, diminuito o mantenuto invariato il numero di APERTURE SERALI?

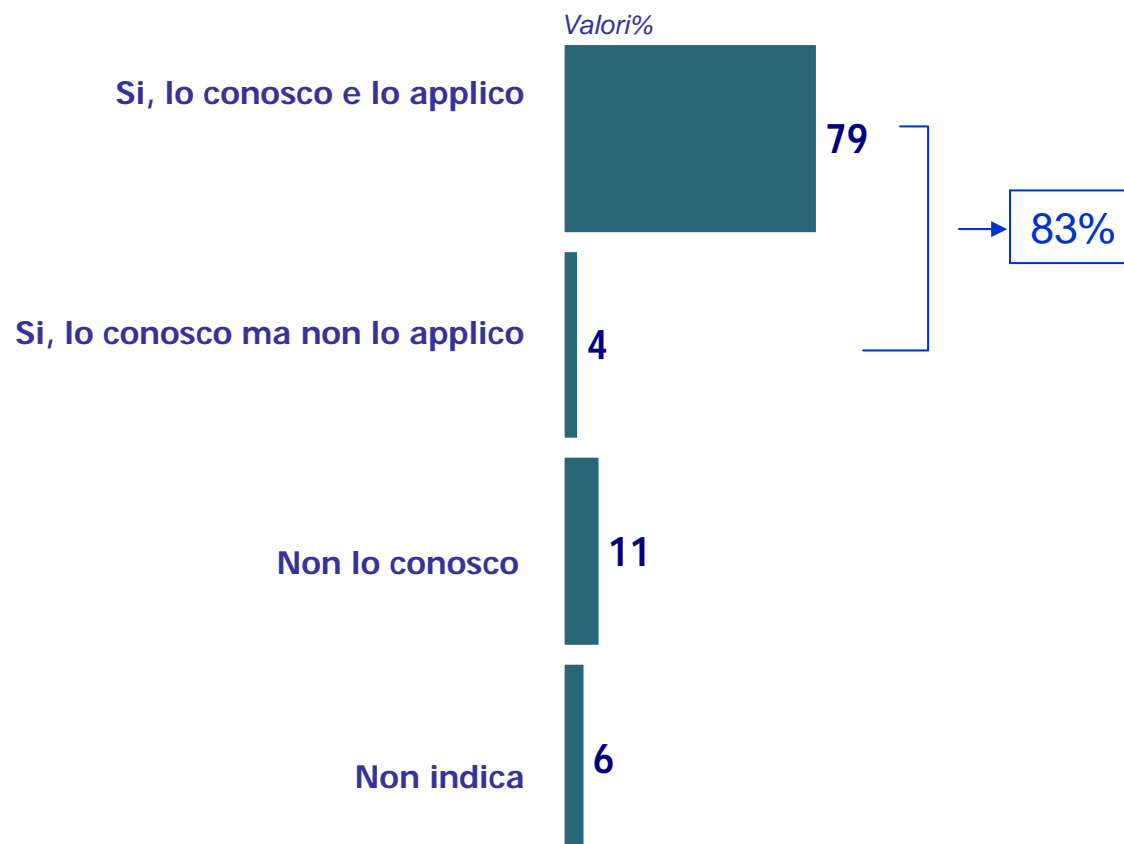
Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
<b>Aumentato</b>	-	-	11	7	-	1	10	4	3	9
<b>Rimasto invariato</b>	98	96	89	90	97	97	88	93	94	91
<b>Diminuito</b>	-	4	-	3	-	2	2	2	3	-
<b>Non sa</b>	2	-	-	-	3	-	-	1	-	-

Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Il codice di autodisciplina – totale Italia

Dom. 15 Lei conosce il codice di autodisciplina per il settore della distribuzione di farmaci al pubblico?



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Il codice di autodisciplina

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 15 Lei conosce il codice di autodisciplina per il settore della distribuzione di farmaci al pubblico?

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Conosco e applico	79	77	70	84	82	78	68	75	76	95
Conosco ma non applico	-	4	9	5	5	2	7	4	5	2
Non conosco	17	9	11	7	11	11	16	12	14	-
Non indica	4	10	10	4	2	9	9	9	5	3

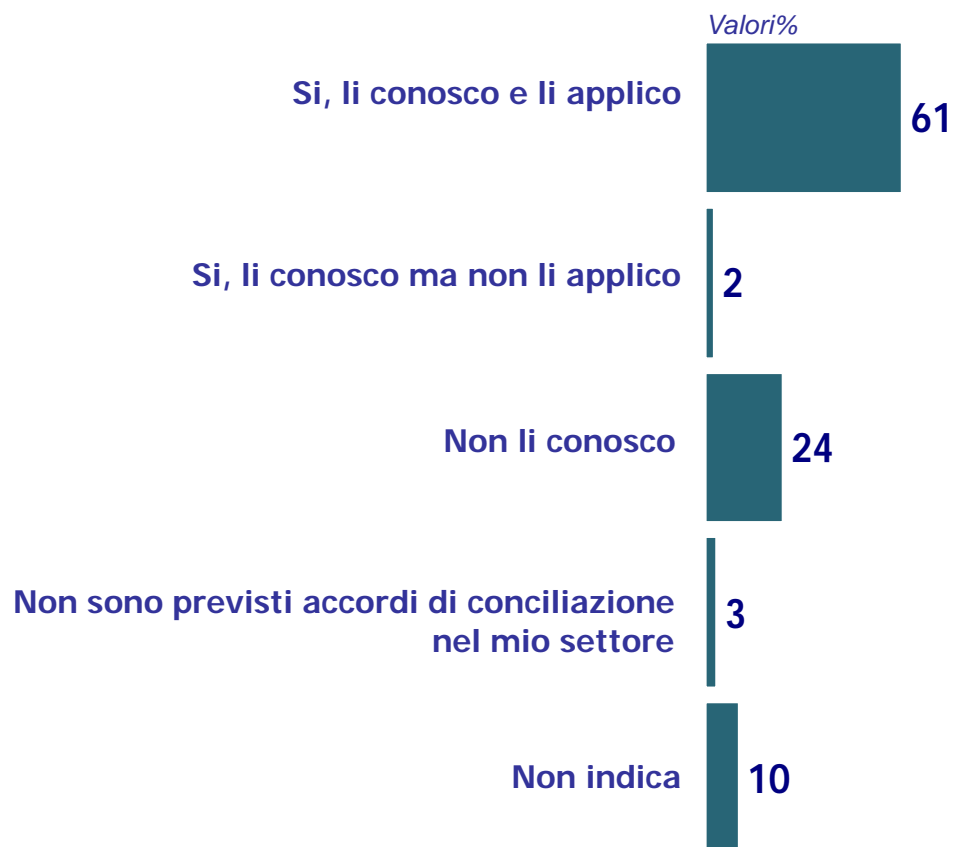
Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Gli accordi di conciliazione

## – totale Italia

Dom. 16 Lei conosce gli accordi di conciliazione per il settore della distribuzione di farmaci al pubblico?



Base: totale soggetti liberalizzati (122)



# Gli accordi di conciliazione

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 16 Lei conosce gli accordi di conciliazione per il settore della distribuzione di farmaci al pubblico?

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
Conosco e applico	60	60	56	65	62	52	60	47	67	81
Conosco ma non applico	-	4	7	-	-	2	5	2	3	-
Non conosco	22	23	20	29	28	30	22	36	18	10
Non sono previsti	6	-	7	-	-	3	4	7	-	-
Non indica	12	13	10	6	10	13	9	8	12	9

Base: totale soggetti liberalizzati (122)



---

# Osservazioni dell'intervistatore

---

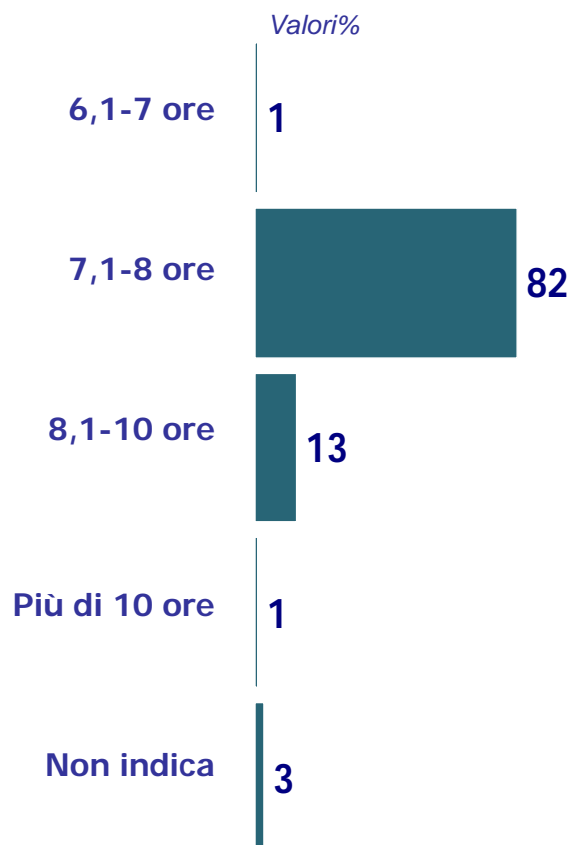
*Osservazioni effettuate dagli intervistatori sugli orari di apertura  
e sui prezzi di alcuni prodotti*



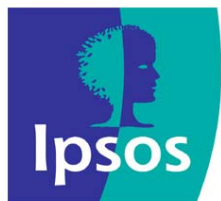
# Osservazione oggettiva: ore totali apertura al pubblico – totale Italia



O1 – Registrare il numero di ORE TOTALI GIORNALIERE di apertura al pubblico della farmacia (consultare orario esposto)



Base: Totale osservazioni intervistatori (122)



# Osservazione oggettiva: ore totali apertura al pubblico – analisi per le principali variabili territoriali



O1 – Registrare il numero di ORE TOTALI GIORNALIERE di apertura al pubblico della farmacia (consultare orario esposto)

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
6,1-7 ore	-	-	3	-	-	2	-	-	2	-
7,1-8 ore	75	87	74	89	92	88	69	90	78	72
8,1-10 ore	21	13	16	5	8	10	18	10	12	21
piu' di 10 ore	-	-	7	-	-	-	5	-	-	7
Non Indica	4	-	-	6	-	-	8	-	8	-

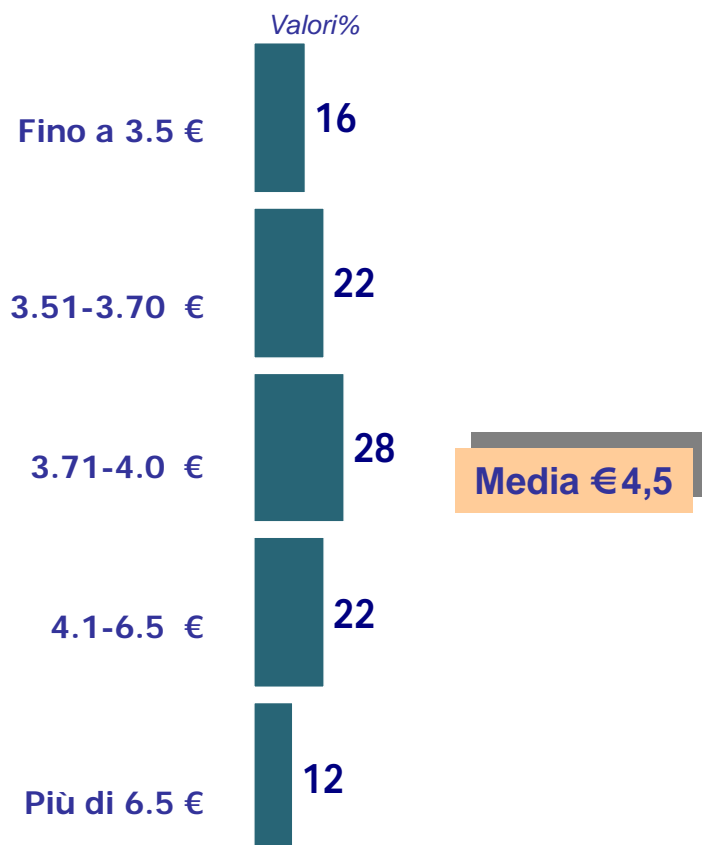
Base: Totale osservazioni intervistatori (122)



# Osservazione oggettiva: prezzi applicati

– totale Italia

P1 – Indicare il prezzo di una confezione di **Aspirina Bayer** 20 compresse, 500 mg



Base: Totale osservazioni intervistatori (122)



# Osservazione oggettiva: prezzi applicati

– analisi per le principali variabili territoriali

P1 – Indicare il prezzo di una confezione di Aspirina Bayer 20 compresse, 500 mg

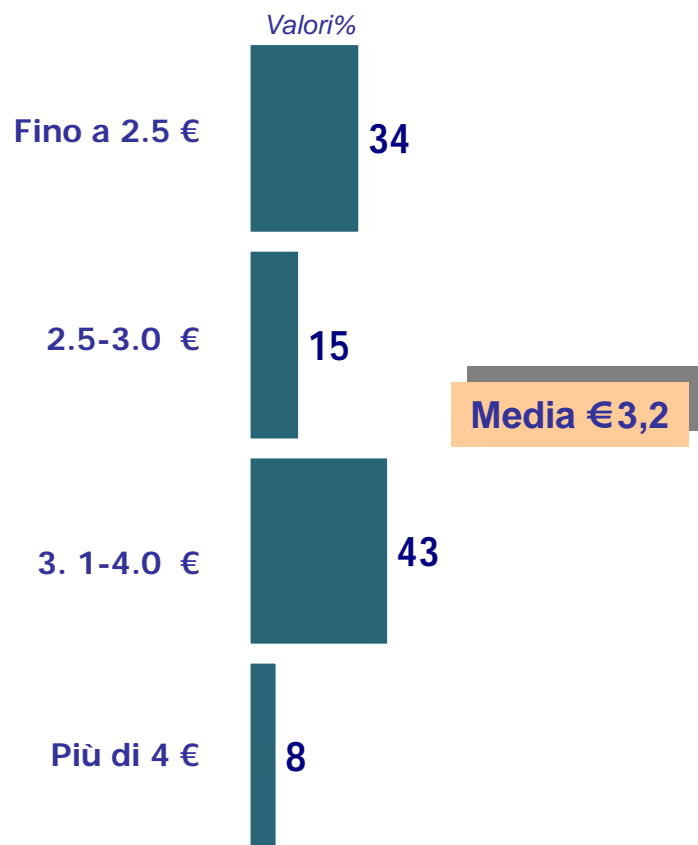
Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
fino a 3,5 Euro	9	19	20	17	24	13	17	19	18	4
3,51-3,7 Euro	37	28	12	11	18	20	14	16	19	38
3,71-4 Euro	37	20	18	32	34	30	29	36	30	8
4,1-6,5 Euro	15	23	28	25	5	22	29	20	20	33
Piu' di 6,5 Euro	2	10	22	15	19	15	11	9	13	17

Base: Totale osservazioni intervistatori (122)



# Osservazione oggettiva: prezzi applicati – totale Italia

P2 – Indicare il prezzo di una confezione di **paracetamolo** 20 compresse (il più economico)



Base: Totale osservazioni intervistatori (122)



# Osservazione oggettiva: prezzi applicati

– analisi per le principali variabili territoriali

P2 – Indicare il prezzo di una confezione di **paracetamolo** 20 compresse (il più economico)

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale	Periferica
fino a 2,5 Euro	29	44	16	42	36	28	32	31	34	40
2,5-3 Euro	14	16	15	15	21	21	9	20	15	6
3,1-4 Euro	57	36	60	28	41	39	53	38	47	47
piu' di 4 Euro	-	4	9	15	2	12	6	11	4	7

Base: Totale osservazioni intervistatori (122)



---

# Indici e aree tematiche

---



# Riepilogo indici e aree tematiche

## – totale Italia





# Riepilogo indici e aree tematiche

– analisi per le principali variabili territoriali

	Area Geografica				Ampiezza Centri			Zona della città		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.	Centrale	Semi-centrale-	Periferica
PUBBLICITA'	21	10	28	31	23	23	26	24	22	27
OFFERTA	31	22	32	31	29	31	28	31	33	18
ORARI	25	16	21	14	15	9	33	22	15	19
CONTRATTI	25	14	22	18	22	17	22	24	20	16
TRASPARENZA	25	12	19	12	21	13	19	24	16	13
CUSTOMER CARE	12	-4	10	-14	11	-10	9	12	-8	5
PREZZI	42	41	33	37	34	38	35	35	44	32



---

# **Considerazioni sul DL. Bersani sulle privatizzazioni**

---



# Principali considerazioni spontanee sul decreto Bersani/1

Dom. 18 Pensando in modo specifico al decreto Bersani sulle liberalizzazioni, secondo lei quali sono state le principali conseguenze nella situazione nell'ambito del settore della distribuzione dei farmaci al pubblico nella sua zona? (risposta spontanea)

*Valori % ordinati in base alle percentuali  
dei LIBERALIZZATI*

**PRINCIPALI CITAZIONI**

**Valori %**

	LIBERALI ZZATI	OSSER VATORI		LIBERALI ZZATI	OSSER VATORI
<b>VALUTAZIONI POSITIVE (GRAN NET)</b>	<b>24,4</b>	<b>51,3</b>	<b>SETTORI ECONOMICI SPECIFICI (NET NET)</b>	<b>18</b>	<b>41</b>
<b>IN GENERALE (NET NET)</b>	<b>7,6</b>	<b>23,5</b>	Riduzione del prezzo dei farmaci da banco	10,1	22,4
<b>Concorrenza (net)</b>	<b>4,8</b>	<b>15,8</b>	Ampliamento canali di vendita (GDO)	5	20,1
Aumentata offerta/scelta dei servizi	-	2,4	Il ruolo del farmacista resta fondamentale	4,6	7,6
Prezzi/tariffe/costi (subnet)	3,7	5,8	Forte introduzione dei farmaci generici con la stessa molecola di quelli di marca	3,3	8,6
Diminuzione nei prezzi/ribassi nei prezzi	1,8	2,1	Abolizione prescrizione medica per acquisto farmaci Cat. C	2,1	1,4
Maggiore concorrenza nei prezzi	-	2,7	Anche nella grande distribuzione deve essere presente personale qualificato	1	6,5
Trasparenza nelle tariffe	-	1,1			
Professionalita' (subnet)	1,1	-			
Oneri/spese (subnet)	0,5	3,2			
<b>Commenti generici (net)</b>	<b>3,5</b>	<b>10,7</b>			
E' un decreto positivo/e' giusta la liberalizzazione	1,4	3,4			
Ha migliorato lo stato attuale delle cose	-	5,1			
Migliora la qualita' dell'offerta	-	1,7			
Prolungamento orari di apertura	1,9	-			
<b>Maggiore attenzione/tutela consumatore/cliente (net)</b>	<b>0,6</b>	<b>2,8</b>			
<b>Aspetti economici in generale (net)</b>	<b>1,4</b>	<b>2,9</b>			
Sviluppo economico (subnet)	1,4	2,9			
<b>VALUTAZIONI NEUTRALI (GRAN NET)</b>	<b>20,2</b>	<b>26,9</b>			
Commenti generici (net)	20,2	26,9			
Nessun cambiamento/tutto come prima	16,6	25,1			
Gli effetti si faranno sentire in futuro/piu' avanti	1,5	1,9			



# Principali considerazioni spontanee sul decreto Bersani/2

*Valori % ordinati in base alle percentuali  
dei LIBERALIZZATI*

**PRINCIPALI CITAZIONI**

**Valori %**

	LIBERALI ZZATI	OSSER VATORI		LIBERALI ZZATI	OSSER VATORI
<b>VALUTAZIONI NEGATIVE (GRAN NET)</b>	<b>59,9</b>	<b>28,3</b>			
<b>IN GENERALE (NET NET)</b>	<b>46,3</b>	<b>15,2</b>			
<i>Commenti generici (net)</i>	<b>32,3</b>	<b>13,4</b>			
Piu' confusione/caos/disorganizzazione	13,8	5,5			
Ha peggiorato lo stato attuale delle cose	7,7	5,9			
E' un decreto negativo/non e' giusta la liberalizzazione	5,1	2			
Mancanza di trasparenza/chiarzza	4,2	1,3			
Va a discapito della qualita' di offerta	4	3,2			
Non c'e' controllo	3,3	3,9			
Nessuna tutela	2,8	-			
Non c'e' un reale risparmio per l'utente	2,5	-			
Orari troppo prolungati/scomodi	2	-			
Malcontento/malumore per la clientela	1,5	-			
De regolamentazione degli orari di apertura	1,5	-			
<b>Concorrenza (net)</b>	<b>22,6</b>	<b>3</b>			
Concorrenza selvaggia/Competitivita' esagerata	4,3	-			
Professionalita' (subnet)	11,9	-			
La figura professionale e' deprezzata/ridotta a semplice commerciant	11,9	-			
Dequalificazione della figura professionale	1,2	-			
Poca competenza specifica/improvvisazione	1,1	-			
Prezzi/tariffe/costi (subnet)	6,1	3			
Differenza di prezzi tra un esercizio e l'altro	4,8	1,1			
Eccessiva concorrenzialita' nei prezzi/prezzi troppo bassi	1,7	-			
Non c' e' controllo nei prezzi	1,1	3			
Oneri/spese/tasse (subnet)	2,3	-			
Minor margine di guadagno/vendite diminuite	2,3	-			
<b>Aspetti economici in generale (net)</b>	<b>6,5</b>	<b>-</b>			
Maggiori opportunita' per i grandi gruppi rispetto alle imprese piccole	6,5	-			
Non sa/non indica	5,8	5			
			<b>SETTORI ECONOMICI SPECIFICI (NET NET)</b>	<b>41,2</b>	<b>19,1</b>
			Ampliamento canali di vendita (GDO)	16,9	7,8
			De qualificazione della figura del farmacista	19,6	4,6
			Vendita concessa anche da parte di operatori con poca esperienza	9,1	3,6
			Diminuzione della vendita di farmaci da banco in farmacia	9	1,6
			Riduzione del prezzo dei farmaci da banco	8,8	2,1
			Eccessiva leggerezza nella vendita dei farmaci	8,3	9,1
			I farmacisti possono favorire alcune case farmaceutiche		1,1



# Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore della distribuzione dei farmaci/1

## VALUTAZIONI POSITIVE - SOGGETTI LIBERALIZZATI

- ***“Positiva la diminuzione dei prezzi”***
- ***“Non ci sono state conseguenze che avrebbero potuto creare problemi di natura concorrenziale insanabili. Dal 15/01/08 migliorerà l'orario che verrà portato dalle attuali 40 ore settimanali a 42 40' in entrambi i settori (sabato mattina e lunedì pomeriggio aperti). Le ferie andranno dal 6/6 al 24/9 divise per scaglioni di 15 gg.”***
- ***“Positiva e' la possibilità di vendere in modo più diffuso i farmaci senza obbligo di ricetta facilitando il commercio. Bisogna però fare attenzione perchè molti prodotti farmacologici devono essere somministrati con cautela e di conseguenza la loro vendita non può essere a parer mio generalizzata”***
- ***“Maggior attenzione da parte del cliente al prezzo dei farmaci”***
- ***“I prezzi si sono abbassati e la gente può risparmiare alla fine del mese”***
- ***“Una maggiore capillarità e professionalità. conseguenze positive la professionalità maturata in 30 anni di lavoro al banco, ha portato i professionisti del settore ad un'indipendenza molto gratificante”***
- ***“diminuzione prezzi abbastanza rilevante dei farmaci da banco”***
- ***“Diminuzione di alcuni prezzi l'aspetto positivo. Non esiste più per il cittadino una certezza nel trovare la stessa confezione con lo stesso prezzo, sarebbe stato meglio anzichè lasciare la libertà alla farmacia di modificare il prezzo autonomamente, ridurre alla fonte con una percentuale fissa il prezzo di vendita in modo tale che l'utente non si ritrovi a girare per farmacie al fine di ricercare il prezzo più basso, cosa che soprattutto per gli anziani è estremamente faticoso.”***
- ***“Io personalmente non ho trovato variazioni, anche se gli altri piangono.”***
- ***“non ci sono stati particolari cambiamenti perchè i clienti continuano ad avere la stessa fiducia nella figura del farmacista e alcuni prezzi sono cambiati ma a favore dei clienti, compreso l'utilizzo di farmaci generici.”***
- ***“Qualche cliente si sarà rivolto sicuramente alle parafarmacie ma, accortosi che grandi differenze di prezzo non ci sono, che le referenze sono limitate e che - in primis- non hanno il consiglio e l'esperienza del "loro" farmacista, tornano in farmacia. Ritengo infatti che la farmacia sia ancora preferita e ciò è dovuto alla professionalità e ai servizi dei farmacisti che vi lavorano. Il rapporto di fiducia vale di più di 30 40 o 50 cent di sconto”***



## Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore della distribuzione dei farmaci/2

### VALUTAZIONI NEGATIVE SOGGETTI LIBERALIZZATI

- *“Aumento della concorrenza, per il fatto che il decreto Bersani ha dato via libera alla vendita dei farmaci da banco, che non necessitano di ricetta medica, anche nei supermercati. Anche se nella pratica finora non ci sono state grosse differenze, il giudizio non è positivo, perché viene lesa l'immagine e la professionalità della categoria”*
- *“È un decreto ingiusto perché il farmacista ha studiato tanto per la sua specializzazione e poi ci si trova a vendere i farmaci al supermercato, nella mia zona si è creata confusione tra i clienti, è una cosa del tutto negativa”*
- *“Attualmente nessuna conseguenza, ma sono convinto che darà risultati negativi a chi si avventurerà nella vendita di farmaci al di fuori delle farmacie”*
- *“Le conseguenze sono state tutte negative perché i prezzi non sono controllati. La nostra immagine ha perso enormemente di professionalità, l'inserimento del nostro settore negli ipermercati ci danneggia gravemente considerandoci così semplici negozianti”*
- *“Caos. Mancanza di informazione. Svilimento della professione. Trasformazione della farmacia in un mercato, con interessi di parte.”*
- *“Confusione nel cliente; rischio di distribuzioni anomale di farmaci (rischio che ricette possano essere prelevate e distribuite da eventuali farmacie che gestiscono la proprietà della parafarmacia). Rischio che, aprendo incondizionatamente il numero dei punti vendita, aumentino i prezzi perché nessuno trova più margine per sopravvivere (quindi per guadagnare ci si mette d'accordo e si aumentano i prezzi come hanno fatto i panettieri con il pane)”*
- *“Un caos! Perché le regole non sono state applicate in maniera univoca da tutti, e nel nostro settore, la gente si aspetta una maggiore precisione e trasparenza nell'applicazione dei prezzi, oggi non più applicati in maniera univoca da tutte le farmacie”*
- *“Ha creato grande confusione abbassando la qualità dei farmaci perché l'utenza è indotta a pensare di ottenere sconti. C'è disputa tra laureati anche se non si ha esperienza sufficiente e poi la liberalizzazione dei farmaci nei centri commerciali, a mio avviso è deleteria, si è persa l'idea della farmacia come fatto istituzionale”*



## Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore della distribuzione dei farmaci/2

### VALUTAZIONI NEGATIVE SOGGETTI LIBERALIZZATI

- *“Ci siamo trovati a dover concorrere con i colossi quali le grandi catene di supermercati, che hanno una capacità contrattuale maggiore, e per noi ha creato una effettiva diminuzione delle vendite”*
- *“Conseguenze negative: dare alla grande distribuzione il permesso di vendere prodotti da banco porta inevitabilmente alla chiusura della piccola distribuzione che con i prodotti da banco ci campava. Inoltre la grande distribuzione non ti dà il supporto professionale che ti dà la piccola distribuzione ”*
- *“E' cambiato il rapporto con il pubblico (che chiede sconti piuttosto che consigli) e ne risente la salute pubblica, per cui cerchiamo di puntare sul servizio al pubblico e sulla qualità delle informazioni e dei consigli”*
- *“Nella mia zona per ora nulla. Penso che sarà squalificante per la professione del farmacista e credo che non sarà una cosa positiva per il cittadino che, nel corso di un anno, può risparmiare solo poche decine di euro.”*
- *“E' solo una battaglia sui prezzi che comunque implica uno scorretto accesso al farmaco da parte del consumatore senza un appoggio professionale. “*
- *“Positiva per l'azienda farmaceutica in quanto i farmaci da banco possono essere venduti anche nel supermercato. Tutto questo è certamente negativo per il cittadino in quanto non può più usufruire dell'informazione scientifica data dal farmacista. Si cerca soltanto di vendere di più a discapito del cittadino e del farmacista”*



# Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore della distribuzione dei farmaci/1

## VALUTAZIONI POSITIVE - OSSERVATORI QUALIFICATI

- *“Ha dato un impulso positivo perchè ha migliorato la distribuzione del farmaco e ha reso possibile una maggior trasparenza dei prezzi.”*
- *“Il decreto Bersani ha prodotto un miglioramento perchè i farmaci in generale si sono uguagliati nei prezzi”*
- *“La legge ha avuto effetti positivi perchè ha ridotto i prezzi dei farmaci da banco e altri prodotti che prima venivano venduti in farmacia. ha creato più concorrenza e più trasparenza. secondo me, ha migliorato la situazione di molto”*
- *“Di positivo c'è il fatto che i prezzi dei farmaci sono diminuiti e c'è più trasparenza. Adesso il farmacista ti dà indicazioni, secondo legge, sul farmaco che costa meno avendo la stessa molecola. Lo facevano anche prima, ma solo su richiesta. Adesso devono dare queste informazioni per legge. “*
- *“Che sono nate le parafarmacie e questo è un bene perchè è sceso un po' il prezzo dei prodotti sono aumentati i posti dove andare ad acquistare i farmaci.”*
- *“L'ampliamento, per il paziente, delle possibilità di luoghi dove acquistare alcuni farmaci e una lieve flessione dei prezzi..”*
- *“Con la possibilità di vendita dei farmaci da banco anche nella grande distribuzione c'è stata una riduzione dei prezzi ,più concorrenza a livello dei prezzi.”*
- *“Le farmacie applicano lo sconto del 25% sui farmaci generici e questo genera un aumento di distribuzione dei farmaci equivalenti da parte del farmacista.”*
- *“Positivo riscontro economico nella distribuzione liberalizzata dal decreto Bersani. “*
- *“Conseguenze positive per la maggiore competitività per i servizi offerti e l'aumento dei presidi farmaceutici. ”*
- *“Conseguenze positive: più trasparenza, più concorrenza, più punti qualificati tipo le parafarmacie.”*
- *“Situazione migliorata in termini di risparmio economico. Maggiore attenzione e assistenza nel dare i consigli da parte del farmacista. Più flessibilità degli orari.”*



# Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore della distribuzione dei farmaci/1

## VALUTAZIONI POSITIVE - OSSERVATORI QUALIFICATI

- *“Decreto positivo: l'aumento della concorrenza migliora il servizio per il cittadino”*
- *“Se i farmaci possono trovarsi anche nei supermercati con personale qualificato che è addetto alla vendita, la cosa è alquanto positiva.”*
- *“Anche se, per ora, le conseguenze sono poco visibili, penso che in futuro la situazione sarà del tutto migliorata.”*
- *“Maggiore scelta e più consapevolezza della stessa. Risparmio sui farmaci. Più trasparenza sulle ricette, più competitività sui prezzi e sui servizi.”*
- *“Le liberalizzazioni non hanno creato dei cambiamenti della distribuzione anzi hanno agevolato l'acquisto da parte dei pazienti.”*
- *“Abbassamento dei prezzi in funzione dell'aumentata concorrenza.”*
- *“Una offerta più ampia e capillare e un costo maggiormente competitivo “*
- *“Vendita dei farmaci nei supermercati e parafarmacie, con maggiore sconto: del 20%.”*
- *“Alcuni farmaci sono diventati maggiormente reperibili e c'è una maggiore scelta tra farmaco di marca e principio attivo.”*
- *“Piu' possibilita' di scelta perche' e' stata aperta una farmacia all'ipercoop con sconti piu' alti che nelle farmacie.”*
- *“C'è una maggiore attenzione al farmaco più economico: il farmacista è più attivo nel proporre farmaci sostitutivi. Per loro la liberalizzazione è lesiva: li ha colpiti permettendo la creazione di cooperative di servizi che intaccano i loro privilegi!”*
- *“La scelta è maggiore. Ma bisogna fare attenzione nel controllo dei prezzi. Si dovrà anche pensare alle fasce di età che hanno maggiore bisogno di farmaci”*

# Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore della distribuzione dei farmaci/3

## VALUTAZIONI NEGATIVE OSSERVATORI QUALIFICATI

- *“La mia opinione sulla liberalizzazione in generale è positiva ma, nel campo dei farmaci no, perchè ha generato molta confusione e disorientamento nei pazienti e sono coloro che ne pagano le conseguenze”*
- *“Credo che sia solo peggiorata la situazione perchè ogni farmacia è libera di mantenere il prezzo iniziale oppure scontarlo penalizzando alla fine i pazienti che hanno comunque bisogno dei farmaci.”*
- *“Secondo me non c'e' più controllo nella distribuzione di farmaci: il decreto non ha fatto altro che peggiorare la situazione.”*
- *“Si è creata una bolgia: troviamo di tutto ma non in modo chiaro. C'è confusione e tutto a discapito della qualità con effetti negativi per tutti. »*
- *“La liberalizzazione in questo settore ha portato conseguenze solo negative, in quanto lo ha trasformato in un grande mercato caotico e non sempre controllabile.”*
- *“Il danno lo hanno fatto quando hanno dato la possibilità ai supermercati di vendere i farmaci che non necessitavano di ricetta. Questo ha portato prima ad un uso improprio di tali farmaci da parte della popolazione e poi le case farmaceutiche hanno tolto dalla fascia vendibile al supermercato molti medicinali per i quali ora serve la ricetta, quindi le persone si lamentano poichè devono pagare il ticket o comunque devono trovare il tempo per andare dal medico a farsi fare la ricetta”*
- *“Un irrigidimento iniziale della posizione dei farmacisti che ora invece si stanno adeguando e sono anche più disponibili verso il cliente. C'è stata la paura da parte delle farmacie di perdere la leadership con l'avvento delle cosiddette "farmer owner". “*
- *“Secondo me c'è stata una perdita di professionalità del venditore. In questo caso specifico, il farmacista, che è laureato è competente in materia, nel fornire indicazioni, illustrazioni specifiche sull'utilizzo di quel determinato farmaco. E' vero che alcuni farmaci, nei supermercati, costano meno, ma è anche vero anche che la distribuzione è stata peggiorata dal punto di vista qualitativo, quindi professionale, perchè vengono a mancare tutte quelle raccomandazioni da parte di un professionista che ritengo siano molto importanti. Concludo che la liberalizzazione del farmaco è stata peggiorativa perchè vengono a mancare quei supporti professionali che, in certi momenti, sono indispensabili.”*
- *“Non sempre la prescrizione fatta dal medico viene evasa dal farmacista così come indicato dal medico, perchè spesso un farmaco viene sostituito con un altro equivalente. Le conseguenze sono negative perchè non sceglie più il medico, che è l'unico ad avere il quadro completo del paziente per cui è l'unico che può effettuare la scelta più oculata e mirata dei farmaci adatti a quel paziente. “*
- *« Resta inapplicato in quanto la lobby dei farmacisti imedisce alla distribuzione di fornire i farmaci di classe C alle parafarmacie. »*



---

# Commento

---



## Commento

Leggermente controversa l'interpretazione per il mercato della distribuzione dei farmaci al pubblico. Se, da un lato, l'impressione prevalente è quella di **stabilità**, dall'altro, si percepisce un certo "*fermento*", in particolare nell'ambito **dell'offerta** ma soprattutto in relazione ai **prezzi** che mostrano, a livello di area tematica, decisi incrementi rispetto al benchmark totale mercati analizzati. E' certamente percepibile la trasformazione in atto; non se ne distinguono con chiarezza i contorni ma è tuttavia innegabile che esiste ed ha già prodotto alcuni effetti.

### SETTORE DI ATTIVITA' IN GENERALE

In relazione all'offerta nel suo complesso, vi è una larga maggioranza (in media il 57%) che dichiara che le cose **non sono cambiate**; di contro circa un intervistato su 3 (in media il 32%) che percepisce un **certo miglioramento** sia in termini di qualità che di ampiezza.

Sui livelli dei prezzi invece gli intervistati sono molto più espliciti nel senso che il 52% del campione dichiara una variazione (in positivo o in negativo), rispetto al 45% che al contrario non riscontra alcun cambiamento. In particolare, oltre 2 intervistati su 5 (il 43%) rilevano un **miglioramento nel livello dei prezzi**.

Quanto alla trasparenza, meno incisive le dichiarazioni: oltre la metà del campione ritiene che non vi siano variazioni (54%). Tuttavia, analogamente a quanto registrato per il livello dei prezzi, un terzo circa degli intervistati pensa che anche in relazione a quest'area vi sia stato un miglioramento (35% a totale Italia, con accentuazioni positive al Sud).



## Commento

Quello dei prezzi è di fatto il risultato più evidentemente riscontrabile nel mercato della distribuzione dei farmaci al pubblico, indicato tanto dai soggetti liberalizzati (i farmacisti) che dagli osservatori (i medici di base). La direzione delle dichiarazioni non è univocamente interpretabile: dal punto di vista degli osservatori la diminuzione di prezzo (determinata dalla concorrenza) è da leggersi in chiave positiva (sia perché argina il potere della lobby ma, soprattutto, perché favorisce l'utente finale); dal punto di vista dei liberalizzati è inteso in senso positivo per il cliente ma è tuttavia penalizzante per la categoria.

L'attività di **comunicazione** è ancora poco sviluppata nel settore; è pur vero che in parte se ne avverte un lieve incremento (24%) soprattutto nelle aree del Sud.

Quanto agli orari di **apertura**, nonostante l'ampia valutazione di **stabilità** rispetto all'anno passato (80% del campione), vi è la percezione di un incremento manifestata dal 18% degli intervistati (che si conferma anche facendo riferimento alla propria attività commerciale), in particolare nelle aree del Nord Ovest e dei grandi centri urbani (oltre 250Kabitanti).



## Commento

### LA PROPRIA ATTIVITA' COMMERCIALE

Parlando della propria attività commerciale gli intervistati, si mostrano ***moderatamente più positivi***, sia sull'offerta in generale (in particolare sull'ampiezza della gamma, che è migliorata per il 46% dei farmacisti) che sul livello dei prezzi. Analizzando le dichiarazioni spontanee è possibile interpretare questo dato in senso positivo più per l'utenza finale che per la categoria in generale (cioè il prezzo è migliorato per il cliente/paziente che beneficia della liberalizzazione).

In termini di trasparenza, in generale la situazione si mantiene analoga all'anno precedente per il 61% dei liberalizzati, vi è comunque un 36% di soggetti che riscontra una situazione migliore rispetto al passato (in particolare al Nord Ovest).

Un'ulteriore effetto, secondo i liberalizzati, prodotto dalla liberalizzazione ed in particolare dall'ampliamento dei canali di distribuzione, è la dequalificazione della attività del professionista che, essendo assimilato ad un semplice commesso / venditore, viene penalizzato in termini di professionalità. Questo, oltre ad incidere in prima persona sulla categoria, si riflette in maniera negativa anche sulla clientela (che spesso si affida a soggetti con poca esperienza/ non qualificati).

Un **maggiore attivismo** a livello di **comunicazione commerciale** (iniziative pubblicitarie) interessa le farmacie visitate, piuttosto che il settore nel suo complesso. Rimangono tuttavia, anche in questo ambito, in una situazione pressochè **stabile** o di inattività.



## Commento

In generale, riguardo il totale ore settimanali di apertura al pubblico, i valori rimangono coerenti con quanto dichiarato per il totale mercato: vi è un lieve incremento ma, di fatto, la situazione non sembra aver subito variazioni rispetto all'anno passato (85%). Il 15% dei farmacisti dichiara comunque un incremento nel proprio orario, in particolare nel Nord Ovest.

La conoscenza del codice di autodisciplina interessa oltre 4 intervistati su 5 (83%) ma, di contro, vi è una quota pari all'11% che non ne ha mai sentito parlare ed una ridottissima minoranza (il 4%) che non lo applica pur conoscendolo.

Più indefinita la notorietà degli accordi di conciliazione (63% la conoscenza totale rilevata), in particolare al sud, nei centri medi e nelle zone più centrali delle città visitate.

### LE OSSERVAZIONI DELL'INTERVISTATORE

Le osservazioni degli intervistatori in relazione al totale ore di apertura giornaliera (rilevate tramite la consultazione dell'orario esposto, ove presente) mostrano una situazione in cui pressochè tutti le farmacie visitate osservano un orario standard (8 ore).

Quanto ai prezzi, le osservazioni hanno analizzato due tipi di prodotti: una confezione di Aspirina di marca ed una confezione di principio attivo (paracetamolo). Le differenze sono piuttosto evidenti: in media la confezione marcata viene a costare 4,5 Euro contro i 3,2 Euro del principio attivo.