



**MASTER EXECUTIVE  
IN MANAGEMENT  
DELLA FARMACIA  
2025**

---

**Seconda edizione**

**Un percorso innovativo per gestire al  
meglio la Farmacia di domani**

# IL MASTER

## *Scenario di riferimento*

**La Farmacia italiana sta attraversando un periodo di profondo cambiamento.** L'avvento delle Catene, lo sviluppo dell'e-commerce e la nascita della Farmacia dei servizi, hanno portato ad una ristrutturazione significativa del ruolo tradizionale del farmacista.

**Il ruolo del farmacista si sta ampliando.** Oltre alla tradizionale erogazione di farmaci, i farmacisti stanno assumendo un ruolo più attivo nella promozione della salute e nella prevenzione delle malattie. Stanno diventando sempre più consulenti di fiducia per i pazienti/clienti, fornendo informazioni sui farmaci, suggerendo modifiche dello stile di vita e rispondendo alle domande di salute generale.

Questa trasformazione offre nuove opportunità per i professionisti del settore, ma **richiede anche una continua formazione e adattamento alle nuove esigenze del mercato:** la capacità di combinare la tradizione con l'innovazione sarà cruciale per il successo dei farmacisti italiani.

## *Obiettivi del Master*

### **GOVERNARE L'EVOLUZIONE DEL MERCATO E MASSIMIZZARE IL VALORE DELLA PROPRIA FARMACIA**

Per affrontare l'attuale contesto non è possibile affidarsi solo all'esperienza o assumere decisioni in modo induttivo o pragmatico: occorrono **competenze appropriate**, specifiche per il settore.

Il **Master** aiuta a svilupparle, per non rincorrere o lasciarsi travolgere dal cambiamento, ma guidarlo con successo in questa fase di rapida evoluzione.

Il **Master Executive in Management della Farmacia** vuole essere un'occasione di apprendimento e di condivisione di esperienze, in cui acquisire gli strumenti per massimizzare il valore della Farmacia rispondendo alle aspettative e alle esigenze formative di ogni partecipante.

## *A chi si rivolge*

Il Master Executive è aperto a tutti i professionisti operanti nel campo farmaceutico con una consolidata esperienza lavorativa. In particolare:

- Titolari e responsabili di Farmacia e loro collaboratori
- Manager di reti di Farmacie
- Responsabili di trade marketing di aziende di prodotti per la salute distribuiti in Farmacia
- Operatori della distribuzione intermedia
- Consulenti del settore farmaceutico

## *L'erogazione*

Il programma formativo si articola in 8 moduli, nel periodo dal 20 febbraio 2025 al 8 aprile 2025. Le lezioni si svolgono presso la SAA – School of Management, Via Ventimiglia, 115 Torino

# IL PROGRAMMA



MODULO 1. Il nuovo ruolo del farmacista e la nuova relazione con il paziente/cliente

MODULO 2. La gestione delle categorie negli acquisti e la relazione con i fornitori

MODULO 3. Il category management a supporto dell'attività di vendita

MODULO 4. L'evoluzione del retail: dallo store fisico all'e-commerce

MODULO 5. La Farmacia dei Servizi

MODULO 6. La gestione economica e finanziaria della Farmacia

MODULO 7. La gestione strategica delle risorse umane: dalla formazione all'incentivazione

MODULO 8. Il futuro della Farmacia

# IL COMITATO SCIENTIFICO



**Dott. Alessandro ORANO**

Direttore del Master  
Managing Director -  
SKILLS for HEALTH



**Prof. Stefano BRESCIANI**

Coordinatore del Master  
Università degli studi di Torino



**Prof. Nicola LONGO**

Università degli studi di Torino



**Prof. Alberto FERRARIS**

Università degli studi di Torino

# LA FACULTY



**Dr.ssa Bianca Maria ACANFORA**  
Titolare Farmacia Gemelli di Trieste



**Dott. Massimiliano BERRUTI**  
Partner Strategic Innovation - JAKALA



**Dott. Guido LANZETTA**  
ex Head of Commercial Retail Boots  
Consulente - Pharma vs. Trade



**Dott. Giuseppe CONVERTINI**  
Director Industry Pharma&Healthcare - TradeLab  
Docente di marketing - Università Iulm Milano



**Dr.ssa Paola GALLAS**  
Business & Executive Coach



**Dr.ssa Luisella GRUGNI**  
Farmacista, direzione acquisti e  
commerciale (Federfarmaco, cef, unico)



**Dott. Alessandro ORANO**  
Managing Director  
SKILLS for HEALTH



*NB Al corpo docente potrebbero aggiungersi testimoni ed altri esperti della materia*

# IL DETTAGLIO DEL PROGRAMMA

## **MODULO 1:**

### **Il nuovo ruolo del farmacista e la nuova relazione con il paziente/cliente**

La Farmacia negli anni è cambiata molte volte: ci sono stati cambiamenti lenti e quasi impercettibili e cambiamenti, tipici degli ultimi anni, velocissimi. Tra Farmacia dei Servizi, COVID, nuovi modelli di assistenza territoriale e nuove forme di remunerazione, il settore sta vivendo una accelerazione fino a ieri impensabile. Ne nasce un nuovo ruolo del farmacista con una chiara consapevolezza da parte dei cittadini: un ruolo che richiede una nuova cultura gestionale.

Dott. Alessandro Orano

## **MODULO 2:**

### **La gestione delle categorie negli acquisti e la relazione con i fornitori**

La «nuova» gestione della farmacia passa anche dalla scelta delle categorie da trattare (e come farlo), dalle aree terapeutiche e/o merceologie su cui specializzarsi e dalle modalità di gestione da utilizzare. Ci si può affidare ad una Cooperativa o ad un Network, legarsi ad uno o più Grossisti, privilegiare gli acquisti diretti o meno. Sono tutte scelte da fare consapevolmente e per questo servono strumenti ad hoc a supporto del processo decisionale.

Dr.ssa Luisella Grugni

## **MODULO 3:**

### **Il category management a supporto dell'attività di vendita**

Nel nostro Paese il paziente/cliente vuole il consiglio. Cerca la relazione con il farmacista e dà minore importanza all'acquisto spontaneo legato all'esposizione. Ma questa non è ininfluente. Un buon Category. Un buon Merchandising. Tutto completa l'esperienza che il paziente/cliente fa quando entra in farmacia. Inoltre avere una buona fetta di acquisto spontaneo alleggerisce anche il lavoro al banco e consente di trarre profitto da categorie legate semplicemente all'acquisto d'impulso.

Dott. Guido Lanzetta

# IL DETTAGLIO DEL PROGRAMMA

## **MODULO 4:**

### **L'evoluzione del retail: dallo store fisico all'e-commerce**

Quasi 1.400 farmacie hanno un loro portale di e-commerce: è uno strumento «opzionale», ma è indispensabile capirne le caratteristiche, i vantaggi e le ricadute sui processi di gestione della farmacia. I social (Facebook, LinkedIn, Instagram, Tik Tok, ecc.) e i gruppi whatsapp sono «nuovi» strumenti indispensabili per gestire la comunicazione verso i clienti: non possiamo più farne a meno.

Dott. Massimiliano Berruti

## **MODULO 5:**

### **La Farmacia dei Servizi**

E' in atto, anche a seguito del COVID, una forte accelerazione verso un modello evolutivo di gestione: la Farmacia dei Servizi. Oggi chi crede in questo modello e vuole dedicarvi attenzione e risorse, ha di fronte a sé nuove opportunità di business, in potenziale aumento, pensando ad una Farmacia ancora più integrata nella gestione dell'assistenza territoriale. Avere un quadro generale di riferimento, anche normativo, e confrontarsi con le esperienze dei Colleghi è quindi molto importante.

Dr.ssa Bianca Maria Acanfora

Dott. Alessandro Orano

## **MODULO 6:**

### **La gestione economica e finanziaria della Farmacia**

Non è più sufficiente, per gestire in modo efficace una Farmacia, limitarsi a confronti sporadici con il proprio Commercialista. Sono infatti necessari strumenti, anche semplici, di monitoraggio delle performance nonché la capacità di interpretare i principali indici di bilancio. I Titolari, ma anche il Direttore o il Responsabile di un Reparto, devono quindi padroneggiare la materia economico – finanziaria per «governare» al meglio non solo il fatturato ma soprattutto i margini.

Dott. Giuseppe Convertini

# IL DETTAGLIO DEL PROGRAMMA

## **MODULO 7:**

### **La gestione strategica delle risorse umane: dalla formazione all'incentivazione**

Dalla gestione delle Risorse Umane discende larga parte del successo di ogni Impresa e di una Farmacia in particolare. Indipendentemente dalla dimensione, è infatti indispensabile saper «reperire», selezionare, formare e motivare le persone con le quali si lavora e che, essendo spesso a contatto con i clienti, possono influenzare con il loro comportamento la qualità della relazione e le possibilità di riacquisto.

Dr.ssa Paola Gallas

## **MODULO 8:**

### **Il futuro della Farmacia**

La sostenibilità è un tema molto ampio e orientato al futuro. C'è sostenibilità nelle scelte economiche (investire o meno in un Reparto o in una Categoria); c'è sostenibilità nelle relazioni con i principali interlocutori della Farmacia (i Medici, le strutture sanitarie adiacenti e i Pazienti/Clienti); c'è sostenibilità nelle, tante, scelte che impattano sull'ambiente. In questo modulo conclusivo del Master, il nostro sguardo deve quindi guardare, a 360 gradi, verso il futuro.

Dott. Alessandro Orano

# DURATA DEL MASTER

- La durata del master è di 52 ore totali: 48 ore di lezione frontale e di 4 ore di lezione on-line.
- Le lezioni si terranno dal 20 febbraio 2025 all'8 aprile 2025.
- La SAA – School of Management si impegna a realizzare quanto nelle proprie possibilità al fine di erogare le lezioni in presenza alle date prestabilite.
- La SAA – School of Management si impegna a garantire ai partecipanti il regolare svolgimento del corso e la fruizione delle lezioni online tramite l'utilizzo della piattaforma Cisco Webex.

# MODALITA' E QUOTA DI ISCRIZIONE

I candidati potranno completare l'iscrizione compilando e inviando la scheda di iscrizione (scaricabile al seguente link: <https://www.saamanagement.it/formazione-executive/master-management-della-farmacia/>) all'indirizzo [cecilia.mariani@unito.it](mailto:cecilia.mariani@unito.it) entro il **10 febbraio 2025**.

La quota di iscrizione è pari ad **€ 2.900,00 + IVA di legge** e va versata contestualmente all'invio della scheda di iscrizione.

# SEDE

## SAA – School of Management

Via Ventimiglia 115 – 10126 Torino



# COME RAGGIUNGERCI

### Mezzi pubblici

La SAA è facilmente raggiungibile con i mezzi pubblici

Metro: Lingotto

Bus: 34, 74 (fermata Caduti sul Lavoro), 1 (fermata Caduti sul Lavoro/Filzi), 18, 24, 35 (fermata Millefonti/Filzi)

### In auto

*Dall'Aeroporto "Sandro Pertini" di Caselle*

Imboccare il raccordo autostradale Aeroporto di Caselle/Torino in direzione Torino.

Uscire alla 1<sup>a</sup> uscita: Tangenziale/Autostrade e seguire la direzione Tangenziale Sud.

Imboccare la Tangenziale e seguire la direzione Savona/Piacenza.

Uscire all'uscita: Torino/Corso Orbassano.

Proseguire su Corso Orbassano per circa 1 km, girare a destra in Corso Tazzoli e proseguire per 1.5 km

Girare a sinistra in Corso Unione Sovietica e dopo 450 m girare a destra in Corso Giambone.

Proseguire nel Sottopasso del Lingotto, prendere l'uscita di Via Ventimiglia e svoltare a sinistra in Via Ventimiglia per raggiungere dopo pochi metri la SAA.

# COME RAGGIUNGERCI

## **In auto**

*Dalla Stazione ferroviaria Torino-Porta Nuova (centro città)*

Percorrere Corso Vittorio Emanuele, girare a destra in Via Nizza per 1.7 km e poi girare a sinistra in Corso Raffaello.

Proseguire su Corso Raffaello per circa 500 metri.

Girare a destra in Corso Massimo d'Azeglio.

Proseguire nel Sottopasso Michele Lanza e continuare su Corso Achille Mario Dogliotti.

Alla rotonda prendere la 2<sup>a</sup> uscita e continuare su Corso Unità d'Italia per circa 150 m.

Girare a destra in Piazzale Fratelli Ceirano, poi a destra in Via Garesio.

Dopo 150 m girare a sinistra in Via Ventimiglia e continuare per 500 m fino a raggiungere la SAA.

*Dalla Stazione ferroviaria Torino-Porta Susa*

Percorrere corso Bolzano, girare a sinistra in Corso Matteotti e poi a destra in Corso Vinzaglio.

Continuare su Corso Vinzaglio, che diventa Corso Duca degli Abruzzi, per 1.8 km.

In Largo Orbassano proseguire sempre dritto su Corso IV Novembre che diventa Corso Agnelli.

Dopo circa 2 km girare a sinistra in Corso Cosenza, che diventa Corso Giambone, e continuare nel Sottopasso del Lingotto.

Prendere l'uscita di Via Ventimiglia e svoltare a sinistra in Via Ventimiglia per raggiungere dopo pochi metri la SAA, che si trova sulla destra.



*Siamo una Change Company che propone una visione olistica del mondo del business*

Perché una organizzazione non è la **semplice somma** delle sue componenti, ma qualcosa in più.

Perché ogni organizzazione è un sistema in continuo cambiamento e quindi, per ottenere **risultati** concreti e misurabili, è necessario affrontarne i «bisogni» con un **approccio integrato e interfunzionale**.

Perché siamo un **team variegato** e composito in cui si fondono esperienze imprenditoriali, competenze manageriali e rigore scientifico di matrice universitaria.

**In altri termini è il sistema nel suo complesso che determina il comportamento delle singole parti, quindi il suo valore: questo è il «mantra» che ispira la nostra azione !**



**Siamo change ambassador del mercato farmaceutico;** affianchiamo le Farmacie, le catene di Farmacie, le aziende della distribuzione farmaceutica, le aziende farmaceutiche e di health care, nei processi di **gestione strategica del Cambiamento**, partendo dal loro modello di business e valorizzando l'esperienza e le rilevanti competenze professionali esistenti, per **affrontare al meglio le nuove esigenze del mercato** e per **innovare l'offerta dei servizi e dei prodotti** attraverso soluzioni innovative, integrate e misurabili, allineate alle strategie e funzionali agli obiettivi definiti.



*Nel 1957 nasce a Torino, su intuizione del prof. Federico Maria Paces e con il sostegno delle principali realtà economiche ed imprenditoriali torinesi, la Scuola di Amministrazione Industriale (SAI).*

*Si realizza così uno dei primi e più significativi esempi di collaborazione strategica fra il mondo accademico e quello imprenditoriale per la formazione di risorse manageriali. Nel dicembre 1974 la SAI cambia la sua denominazione in Scuola di Amministrazione Aziendale (SAA) dell'Università degli Studi di Torino.*

*SAA con oltre mezzo secolo di esperienza nella didattica e nella collaborazione con le imprese è pienamente consapevole dei processi di cambiamento del mondo aziendale ed è in quest'ottica che ha arricchito la propria offerta formativa, inserendo percorsi atti a rispondere alle mutate logiche del fare business.*

*Un altro tratto qualificante dei propri percorsi di apprendimento è rappresentato dal corpo docente che sintetizza, in un mix di elevato valore aggiunto, la conoscenza ed il rigore scientifico del mondo accademico con la concretezza e l'esperienza di chi opera in una realtà aziendale.*

*La struttura, integrata con l'Università degli Studi di Torino, ha realizzato progetti interdisciplinari che hanno per oggetto il management nelle sue diverse declinazioni: è stata ed è il collegamento tra mondo della ricerca, alta formazione e tessuto economico delle imprese.*



# Hai una Domanda?

## Contattaci!

Per informazioni ed iscrizioni scrivere a  
[cecilia.mariani@unito.it](mailto:cecilia.mariani@unito.it)