

LA FARMACIA DEI SERVIZI

L'evoluzione dei presidi nello scenario nazionale.

Scenario di ricerca ed intervento I presidi Farmaceutici nazionali.



La Farmacia dei Servizi rappresenta un'evoluzione ormai consolidata dei presidi nazionali, caratterizzata da una natura di assistenza amplificata alla popolazione, assumendo il ruolo di distributore del farmaco, di offerta di prodotti e terapie volte al benessere della persona e di esecutore di servizi logistici, diagnostici e terapeutici



ENTE FISICO
Distribuzione
• Farmaci e prodotti specializzati
• Ausili e strumenti sanitari

Consulenza
• Diagnostica
• Commerciale
• Informativa



ENTE TECNOLOGICO DIGITALE
Analisi e screening
• Screening e diagnosi leggera
• Monitoraggio
Educazione ed assistenza
• Monitoraggio remoto e aderenza terapeutica
• Terapie personalizzate
Accessibilità e organizzazione
• Operatività logistica
• Prenotazioni e visite

I PRESIDI

Farmacia Urbana
Comuni sopra 5000 abitanti
2416 (31%)
50,5 milioni di abitanti (84%)

Farmacia Rurale
Comuni sotto 5000 abitanti
5488 (69%)
9,8 milioni di abitanti (16%)



GLI UTENTI

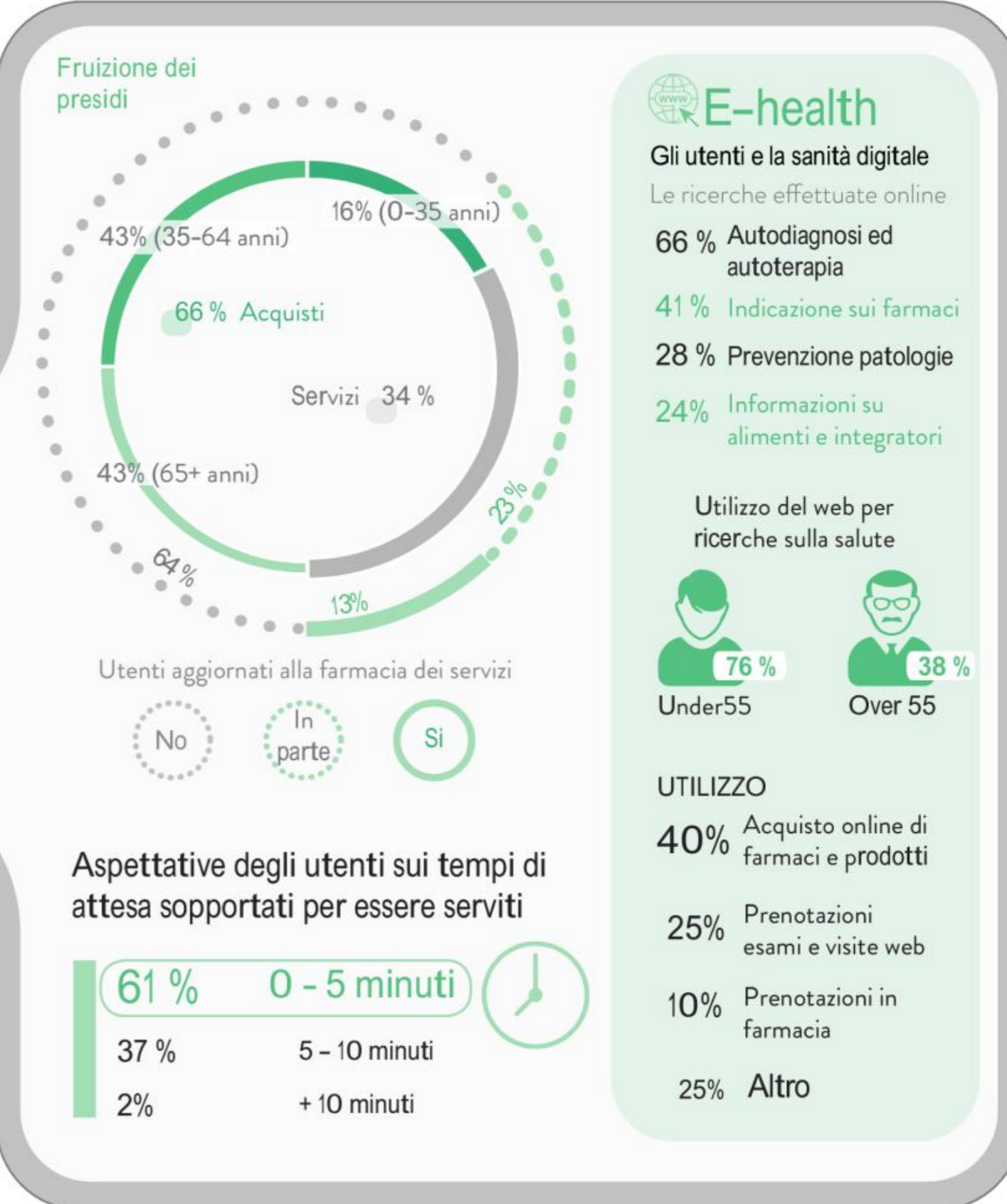
MEDIE UTENTI GIORNALIERI

- 4 Milioni di utenti giornalieri
- 150 Servizi a domicilio
- 800 mila Consulenze nazionali
- 230 Utenti per singola farmacia

FREQUENZA DI VISITA

- 21% Ogni settimana
- 38% 2-3 volte al mese
- 22% C.a. 1 volta al mese
- 18% < 6 volte l'anno
- 59% Utenti settimanali
- 81% Utenti mensili
- 80% Utenti con farmacia di fiducia

ABITUDINI UTENZA



I SERVIZI

Prestazioni gestionali e amministrative

- Prenotazioni e pagamenti CUP e privati
- WEBCARE e WEBDPC, dispensazioni di ausili e terapie ospedaliere

Telemedicina

- Televisita
- Teleconsulto
- Teleassistenza
- Teleriferazione
- Telecooperazione specialistica

Analisi di Prima istanza
Test autodiagnostici specifici, effettuati in maniera autonoma o, se necessario, controllata da un operatore.

Analisi di Secondo livello
Analisi effettuate tramite dispositivi medici con necessità di collegamento a centri di controllo certificati.

Divergenze disfunzionali



Modalità di fruizione delle Farmacie affidata ad un unico canale interpersonale, basato su modalità di Slow way, in cui l'utente necessita del colloquio con il personale per svolgere qualsiasi funzione di acquisto, di ricerca di informazioni dettagliate sui prodotti e di prenotazioni di eventi e servizi presenti.

MANCANZA DI AUTONOMIA:

- nell'esplorazione commerciale e ricerca d'informazioni.
- nell'acquisto di prodotti da banco
- nelle prenotazioni di eventi e visite

Obiettivi del progetto

REALIZZAZIONE DI UN CANALE FAST WAY

- Distributivo
- Informativo
- Gestionale

DEFINIZIONE DI CANALI DIFFERENZIATI

Fast way vs Slow way

- Riduzione di tempistiche per azioni commerciali e informative autonome ed aumento presa in carico degli utenti
- Riduzione dello stazionamento dei clienti fast e dei clienti slow

OFFRIRE AGLI UTENTI LA POSSIBILITÀ DI FRUIZIONE DI FUNZIONI VELOCI IN AUTONOMIA

Scopo progettuale

Valorizzazione del **RUOLO DI PROTAGONISTA DELLO SPAZIO** e dell'**AUTONOMIA** dell'utente.

EDUCAZIONE ALL'ACQUISTO e alla conoscenza dei prodotti, sviluppo dell'esplorazione commerciale.

FOCUS ESPERIENZIALE

Valorizzazione dell'adattabilità delle funzioni e delle tempistiche dei locali in relazione alla preferenza, alle necessità e alle aspettative della persona.

Definizione del concept

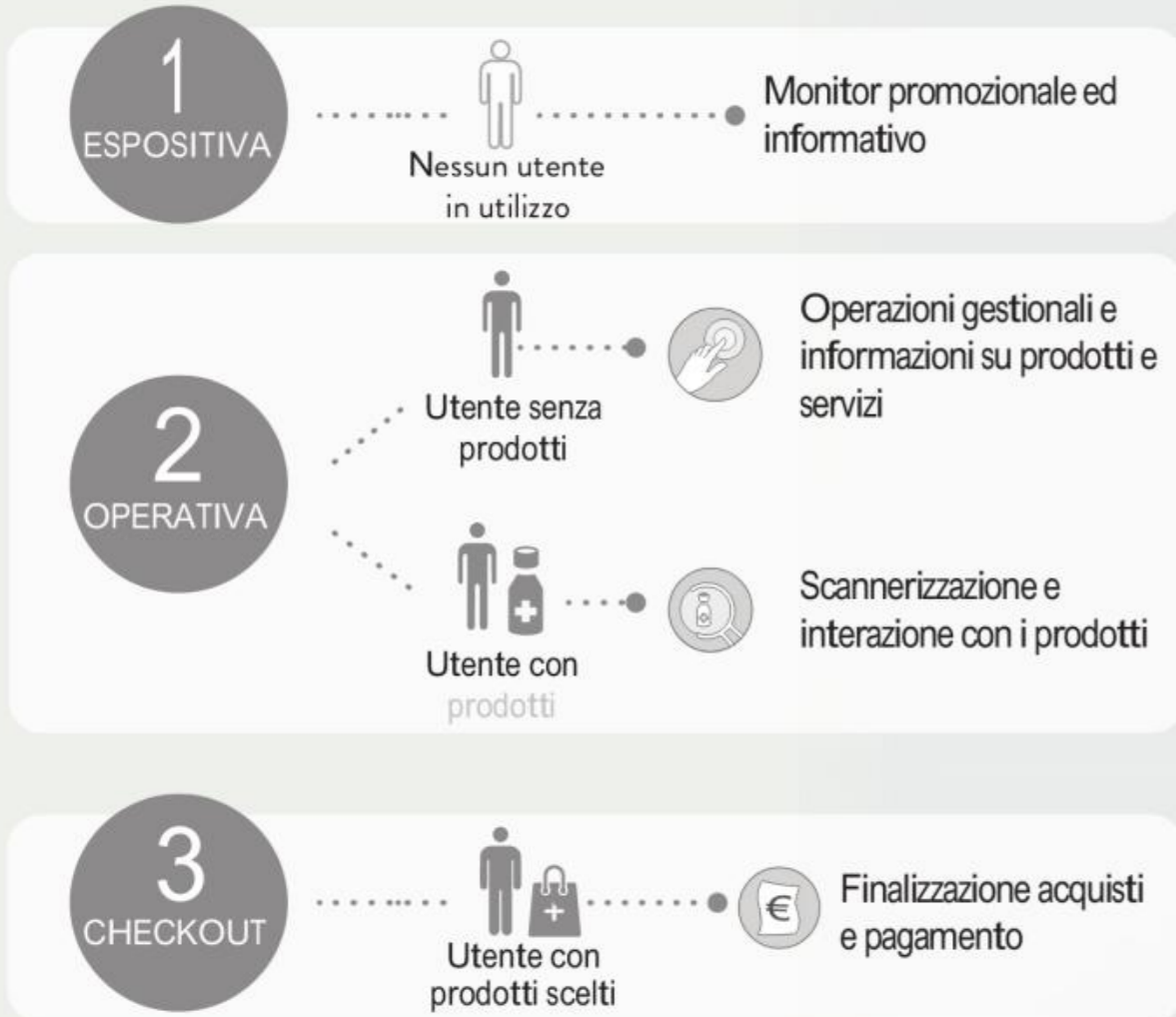
STAZIONI SELF-SERVICE PER L'UTENTE

- MODULO INFORMATIVO INTERATTIVO** su prodotti e servizi del presidio
- DISPOSITIVO DI SELF-CHECKOUT** per la finalizzazione autonoma degli acquisti
- PUNTO GESTIONALE PER PRENOTAZIONE** di visite ed eventi



FASI OPERATIVE

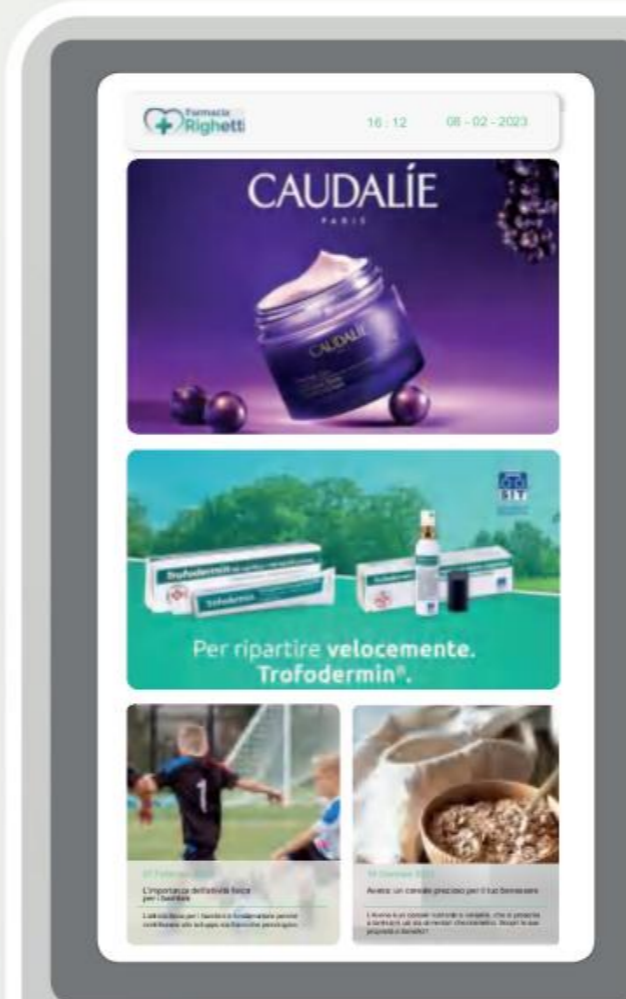
Il funzionamento di myWay è distinto in 3 fasi in base all'interazioni dell'utente



STAZIONE DI SELF-CHECKOUT VELOCE
Sistema di finalizzazione degli acquisti intelligente, riduce le azioni necessarie al riconoscimento prodotti e guida l'utente all'utilizzo.

SISTEMA INFORMATIVO INTERATTIVO DI PRODOTTI E SERVIZI
Aumenta l'esplorazione cognitiva del locale e della merce esposta, fornisce indicazioni amplificate sui prodotti scelti ed affini.

PUNTO GESTIONALE DI PRENOTAZIONI E CONSULTAZIONI SCHEDE
Fornisce un punto di prenotazione per visite e servizi del presidio e del servizio sanitario pubblico, consentendo di creare e aggiornare pagine personali e sistemi collettivi di feedback degli acquisti



Interfaccia promozionale e informativa del sistema nella fase 1

Interazione di utente senza prodotti. Passaggio da fase passiva ad interattiva tramite touch. Il sensore sotto lo schermo richiama l'utente con segnalazione di azionamento.

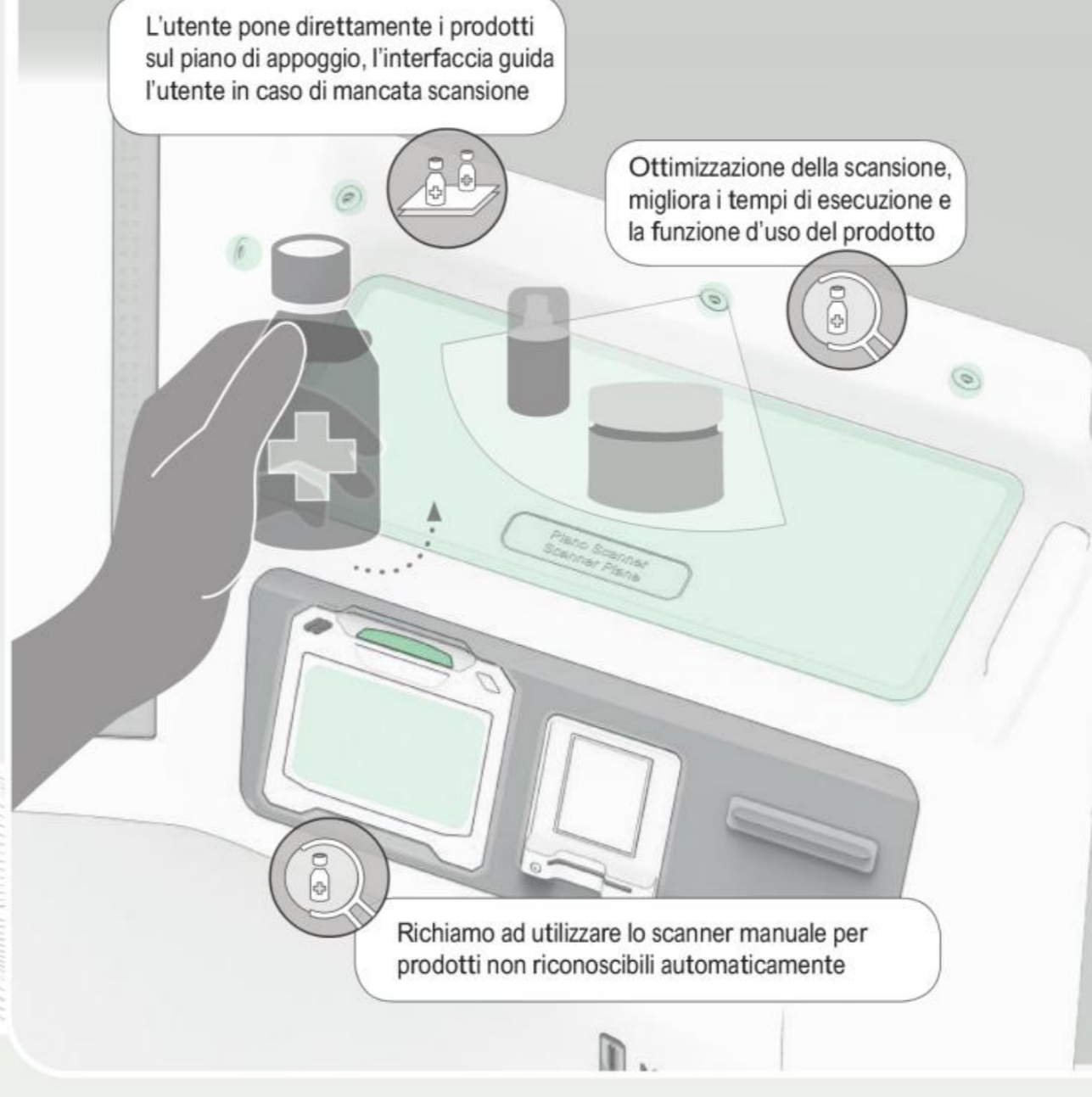


Interfaccia gestionale in cui l'utente gestisce prenotazioni e rintraccia informazioni sul presidio

PIANO DI APOGGIO E SCANSIONE

Funzionalità e caratteristiche del piano di appoggio e del sistema automatizzato di riconoscimento prodotti

- Movimenti di spostamento dei prodotti ridotti e brevi**
- Sistema di scansione prodotti automatico**
- Piano di appoggio ampio e unitario, consente il deposito di cestini e buste nella stessa zona di deposito prodotti
- Sistema di riconoscimento prodotti a multicamera ad elaborazione d'immagini
- Tale sistema consente di leggere differenze di forma, colore, posizione, grafica e scrittura, consentendo un riconoscimento avanzato dei prodotti



ESEMPI DI INTERFACCIA NELLE DIVERSE FUNZIONI DEL SISTEMA





ALTEZZA DI VISIONE

Struttura inclinata di schermo e componenti per ottimizzare l'accessibilità di ogni categoria di utente.



INCLINAZIONE DELLO SCHERMO PER L'OTTIMIZZAZIONE DELLA VISIBILITÀ IN UTENTI IN POSIZIONE RETTA



ALTEZZA DELLO SCHERMO FUNZIONALE AD UNA VISIONE CENTRATA PER UTENTI IN SEDIA A ROTELLE



ALTEZZE DEL PIANO E DELLE COMPONENTI ADATTE AD ENTRAMBE LE POSTURE

INCLINAZIONE SCHERMO

Miglioramento della visibilità durante l'utilizzo.



ANGOLI D'INCLINAZIONE VERTICALE E LONGITUDINALE DEL MONITOR DI 20°

Base di appoggio svasata per il miglioramento dell'accessibilità

Struttura del prodotto progettata all'utilizzo laterale ottimale da parte di utenti in sedia a rotelle.

Forma triangolare di appoggio per il mantenimento dell'equilibrio della struttura unita ad una maggiore spazialità di movimento ed ingresso laterale da utenti in carrozzina.



Spazio rientrante per l'avvicinamento e movimenti di manovra

CARATTERISTICHE ACCESSORIE

Spondina laterale del piano sagomata con funzione accessoria di maniglia per facilitare lo spostamento del prodotto e quando possibile di reggi busta per l'utente.

Fascia luminosa di feedback visibile dall'utente e dal personale del presidio.

ASSISTENZA OPERATIVA

Sistema di processo delle telecamere e del sistema di audioguida e input vocale basato su processi di calcolo assistiti da intelligenza artificiale

CONFIGURAZIONI MULTIPLE

MyWay è ideato per configurazioni singole, multiple e speculari, con posizionamento ad isola o parietale.



Sistema di movimento basato su ruote piroettanti, consentono uno spostamento facilitato della stazione utile per operazioni di manutenzione e di pulizia degli spazi.



Sportello con sistema di sicurezza, parete dorsale della stazione apribile per consentire operazioni di manutenzione e di pulizia.



Processi intelligenti di analisi ed elaborazione dati vocali e visivi

Sistema d'input vocale, riconoscimento vocale e audioguida con funzioni di assistenza aggiornabili automaticamente dal sistema. Ampia le possibilità di utilizzo da parte dell'utente e ne migliora uso e affidabilità.



MATERIALI

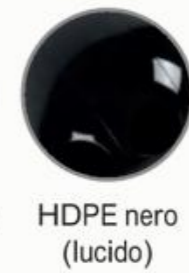
Polietilene ad alta densità HDPE



Polimero termoplastico appartenente alla famiglia delle Poliolefine. Viene ottenuto dalla polimerizzazione dell'etilene ed è uno dei polimeri più lavorati ed utilizzati costituendo la frazione più grande di consumo mondiale di polimeri. La densità maggiore rispetto alla variante con densità media (MDPE) e a bassa densità (LDPE) offre al materiale una resistenza maggiore ad urti e trazioni, maggiore durezza e resistenza a temperature elevate.



HDPE bianco (satinato)



HDPE nero (lucido)

- Costi di produzione e riciclaggio bassi
- Alto coefficiente di riciclabilità
- Alta compatibilità con lo stampaggio rotazionale
- Resistenza ad agenti chimici e agenti esterni
- Buone prestazioni di resistenza e durezza



Lamiera di acciaio inossidabile

Lamiera di acciaio inossidabile rivestita con pellicola satinata bianca, sagomata a laser e stampata a freddo, materiale utilizzato per la realizzazione della parete posteriore della stazione.



HDPE semitrasparente

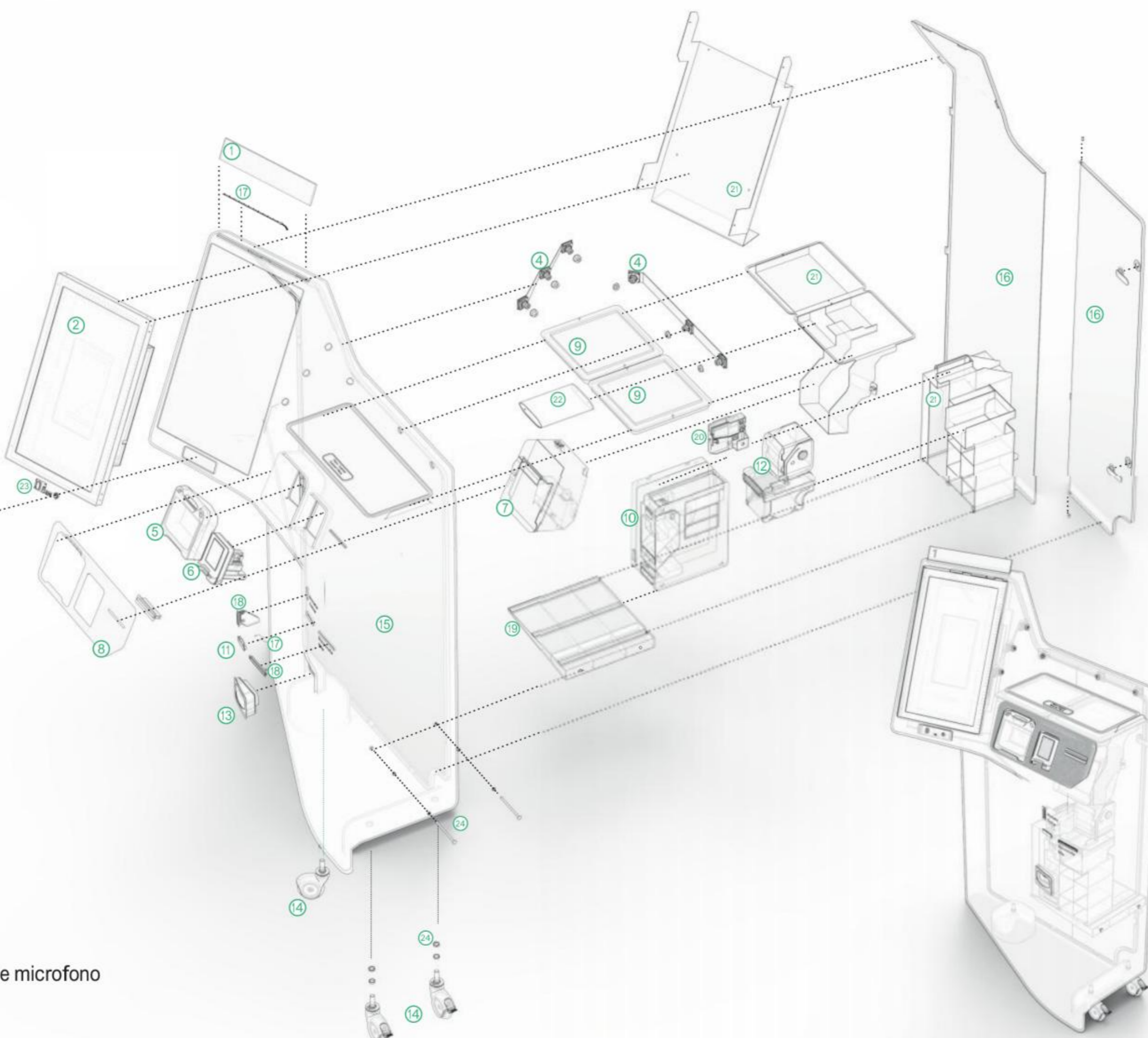


Inseriti e rinforzi in acciaio inossidabile

Vetro (Monitor, scanner, lenti fotocamere), gomma e guaine in pvc (Cavi elettrici), rame (cavi e cablaggi)

ESPLOSO COMPONENTI

- 1 - Fascia di feedback superiore
- 2 - Monitor
- 3 - Mascherina Audio
- 4 - Telecamere
- 5 - Scanner 2D
- 6 - Terminale Pos
- 7 - Stampante termica 58 mm
- 8 - Mascherina frontale nera
- 9 - Disattivatori a radiofrequenza
- 10 - Modulo monete
- 11 - Fascia di feedback luminoso contanti
- 12 - Modulo banconote
- 13 - Scivolo rendiresto
- 14 - Ruote piroettanti (laterali con blocco)
- 15 - Scocca portante
- 16 - Lastra posteriore di chiusura e sportello con bloccaggio.
- 17 - Fasce Led rgb
- 18 - Mascherine contanti
- 19 - Piastra di sostegno
- 20 - Modulo accetta monete
- 21 - Supporti di aggancio
- 22 - Modulo driver disattivatori
- 23 - Speaker, sensore di prossimità e microfono
- 24 - Perni, bulloni ed inserti



Stampaggio Rotazionale



Fase 1: Caricamento materiale



Fase 2: Riscaldamento e rotazione



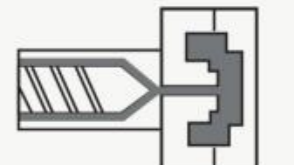
Fase 3: Raffreddamento



Fase 4: Stomatatura

Componenti interessati • Scocca portante
Materiale • HDPE bianco

Stampaggio ad iniezione

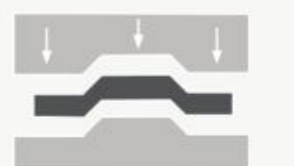


Componenti interessati
• Mascherina frontale,
• Mascherina accogli monete,
• Mascherina banconote,
• Mascherina rendiresto,
• Mascherina audio

Materiale

• HDPE bianco • HDPE nero

Stampaggio a freddo (lamiera di acciaio)



Componenti interessati
• Lamiera posteriore
• Sportello lamiera
• Supporti componentistica

Materiale • Lamiera di acciaio



Scuola di Ateneo
Architettura e Design "Eduardo Vittoria"
Università di Camerino

Titolo Tesi: La Farmacia: da luogo di cura a luogo del benessere della persona.
Design di dispositivi per i servizi di self-service e self-checkout dei clienti.

Laureando: Tegazi Damiano

Relatore: Pietroni Lucia

Correlatori: Galloppo Daniele, Paciotti Davide

Laurea Triennale in Design Industriale e Ambientale
Anno Accademico: 2021-2022



S A A D

Scuola di Ateneo
Architettura e Design "Eduardo Vittoria"
Università di Camerino

LA FARMACIA:

DA LUOGO DI CURA A LUOGO DEL
BENESSERE DELLA PERSONA.

Design di dispositivi per i servizi di
self-service e self-checkout dei clienti.

Tesi di laurea triennale in
Disegno Industriale e Ambientale

A.A. 2021 - 2022

Studente: Tegazi Damiano

Relatore: Pietroni Lucia

Correlatori: Galloppo Daniele - Paciotti Davide

Abstract

Il progetto è incentrato sull'implementazione nelle farmacie e parafarmacie di canali veloci per l'acquisto e la ricerca di informazioni sui prodotti e servizi disponibili, fruibili in autonomia da utenti con preferenze ed esigenze di operatività rapida e indipendente dall'intervento del personale. Seguendo un percorso di ricerca sullo stato dell'arte del sistema farmaceutico italiano e una panoramica sull'evoluzione della Farmacia dei servizi, con conseguente trasformazione dei presidi, analisi dei locali, della strutturazione delle attività, degli utenti e delle interazioni tra loro e il territorio; sono state definite le nuove esigenze presenti tra il cliente, il personale operativo e l'ambiente, in un'ottica di aggiornamento delle attuali modalità di distribuzione commerciale e di acquisizione delle informazioni che la persona sperimenta durante la fruizione dei locali. Per rispondere a queste esigenze è stato ideato un sistema interattivo attraverso l'implementazione di postazioni self-service e self checkout, stazioni che permettono di interagire con le informazioni su beni e servizi e consentono di finalizzare i processi di acquisto in autonomia. L'obiettivo è quello di creare un canale operativo veloce che possa fornire alla persona modalità e tempi diversi rispetto al sistema attuale, basato in quasi tutte le funzioni sulle interazioni interpersonali tra cliente e operatore. Questo sistema e le relative postazioni rafforzano e valorizzano il cliente protagonista della sua esperienza, migliorandone l'esplorazione conoscitiva e commerciale del luogo, aumentandone le possibilità di auto informazione e formazione, offrendogli tempi di esecuzione più personalizzati e in linea con le proprie aspettative. In questo modo è possibile differenziare gli utenti dei canali rapidi e autonomi dagli utenti che necessitano di consulenze interpersonali, ottimizzando la produttività e l'apprezzabilità della Farmacia e migliorando la presa in carico da parte del personale dei clienti che ne necessitano.

INDICE

1	Introduzione	10
	- La Farmacia dei servizi	
	- Definizione	
	- Sintesi delle caratteristiche	
2	Farmacia e Territorio	25
	- Lo sviluppo delle farmacie tra territorio, popolazione e comuni	
	- Classificazione e dimensionamento dei locali	
	- Analisi degli utenti	
	- Abitudini e frequenza di utilizzo dei servizi	
	- Abitudini digitale e E-health	
	- La E-pharmacy	
	- La Telemedicina	
3	I servizi	50
	- Analisi di prima istanza	
	- Analisi di secondo livello	
	- Servizi ausiliari	
	- Modelli di farmacia futuri ipotizzati	
4	Le interazioni e gli strumenti	76
	- I flussi di attività	
	- Dispositivi ausiliari	
5	Crisi socio-sanitarie e le nuove necessità	100
	- Questionario di analisi nazionale	
	- Lettura e analisi dei risultati	
	- Le trasformazioni sociali	
	- Il ruolo della farmacia	

- Nuove modalità d'interazione
- Le trasformazioni degli utenti
- La percezione dei presidi e l'operatività digitale
- Nuove modalità di distribuzione

6 Lo sviluppo dello spazio Farmacia 170

- Trasformazione degli ambienti
- Esempi di farmacie strutturate
- Categorie merceologiche
- Dispositivi per l'autonomia del cliente

7 Concept e definizione del progetto 234

- Il cliente protagonista dello spazio
- Lo spazio utile dei presidi
- Brief di progetto
- Sintesi delle caratteristiche del progetto
- Sketching e primi concept

8 Progetto myWay 270

- Caratteristiche generali
- Funzionamento, le fasi operative
- Ergonomia e funzionamento
- Caratteristiche accessorie
- Ambientazioni e fotoinserimenti
- Materiali e produzione
- Componenti
- Tavole tecniche

1

LA FARMACIA DEI SERVIZI

Ricerca ed analisi dei presidi farmaceutici

INTRODUZIONE

Il ruolo delle farmacia nel corso del nuovo millennio (2020 data dell'analisi) si è evoluto in modo consistente, oltre ad aggiornarsi attraverso canali digitali ed informatici, ha assunto sempre più una funzione poliambulatoriale di prima istanza per la popolazione assumendo i caratteri di centro di **analisi e di monitoraggio della salute.**

Per farmacia dei servizi si intende infatti un polo pubblico che offre la possibilità di analisi mediche e laboratoriali effettuabili in sicurezza e velocità che incontrano la tendenza sempre più costante da parte degli utenti di monitorare il proprio stato fisico, per natura abitudinale o terapeutica.

Le attività commerciali di distribuzione di farmaci e consulenziali da parte degli attori presenti nella farmacia, farmacista e figure socio sanitarie associate, vengono così interconnesse da analisi strumentali e, attraverso canali di telemedicina, tali informazioni hanno la possibilità di essere catalogate e trasmesse all'occorrenza ad utenti e strutture sanitarie.



Definizione

FARMACIA

dal greco φαρμακείον «uso dei farmaci; avvelenamento, medicamento»

Farmacia come scienza del farmaco

Scienza e tecnica della preparazione e distribuzione dei prodotti farmaceutici. Conoscenza di preparazione di un farmaco da parte del farmacista, corretta interpretazione delle prescrizioni mediche e padronanza delle norme del codice farmaceutico.

Competenza nella distribuzione di prodotti farmaceutici, secondo norme di posologia (dosi e modalità di somministrazione dei medicinali) in favore alla tutela dei pazienti di fronte alle interazioni tra medicinali ed organismo.

Farmacia come luogo di distribuzione e bottega del farmacista

Locale dedicato alla vendita di medicinali e prodotti farmaceutici, in cui operano figure socio sanitarie dedite ad attività di consulenza e monitoraggio terapeutico, talvolta è annesso un laboratorio chimico per la realizzazione di preparati galenici.

Centro di disposizione di ausili medici e attrezzatura specialistica di varia natura (pediatria, ortopedia, veterinaria...).



Definizione

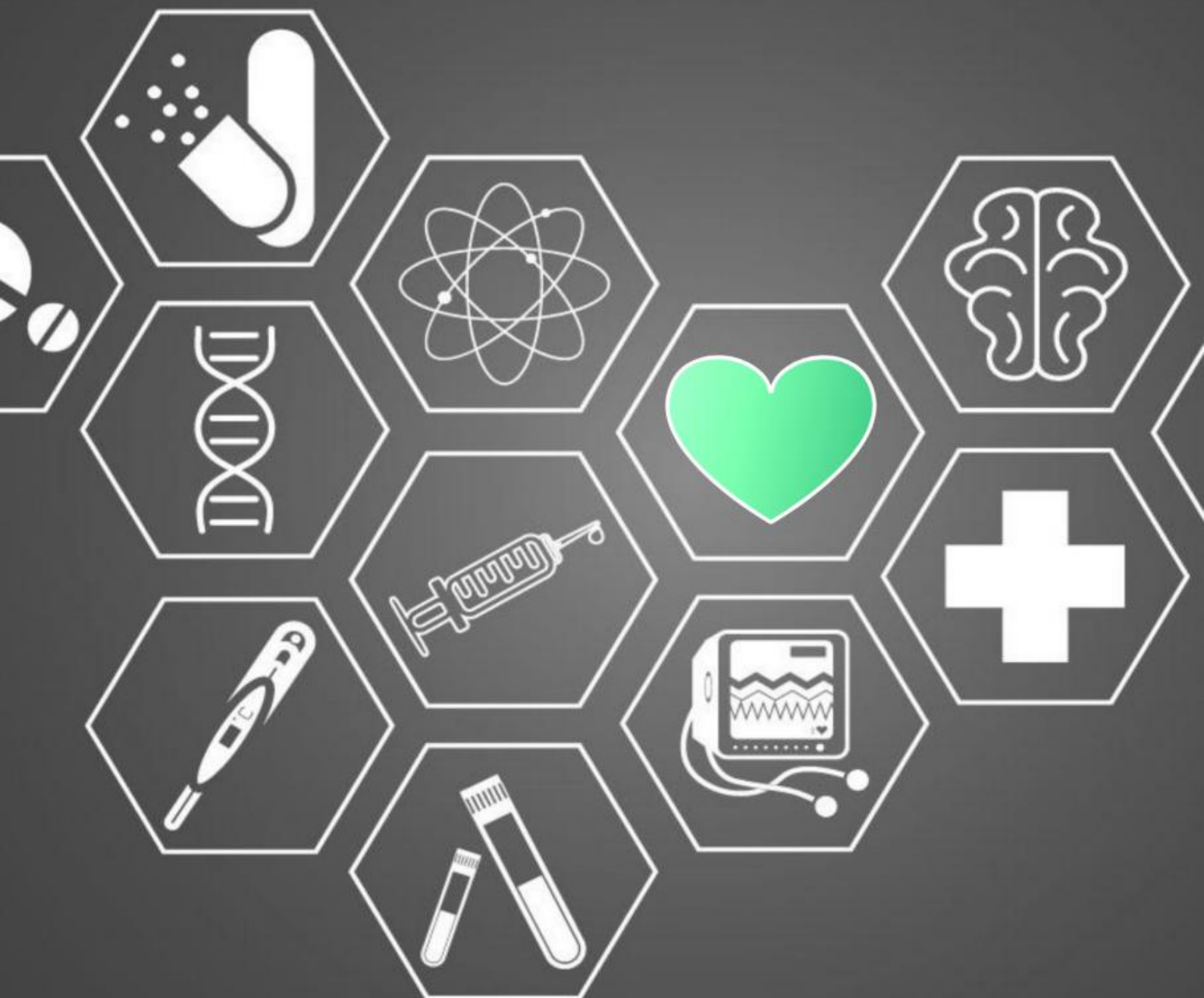
FARMACIA DEI SERVIZI

La farmacia dei servizi è un'evoluzione dell'attività professionale nell'ambito delle cure primarie, ampliando i **servizi territoriali di controllo e screening**, sia per favorire la deospedalizzazione della sanità, sia per ampliare il ruolo che le farmacie devono assolvere nell'ambito del Sistema sanitario nazionale.

L'attività di dispensazione dei farmaci e, conseguentemente, di consiglio ed educazione sanitaria potrà così essere affiancata da tutta una serie di servizi correlati alla salute e alla prevenzione.

La Farmacia assume un **ruolo coordinatore nella cura del paziente**, in essa possono essere svolte indagini emato-umorali di laboratorio clinico, consulenza nutrizionale e coordinamento di professionisti nell'ambito sanitario e di epidemiologia (distribuzione e la frequenza delle malattie) e farmacovigilanza.

Si garantisce che la farmacia possa partecipare ai servizi di assistenza domiciliare, che possa realizzare campagne di educazione sanitaria e di prevenzione, e che in essa sia possibile prenotare gli esami e le visite specialistiche.



Normative

Legge n. 69/2009

Ampliamento dei ruoli e delle attività praticabili in farmacia in regime pubblico

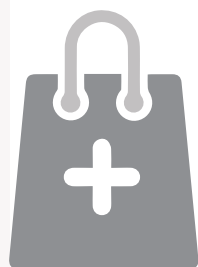
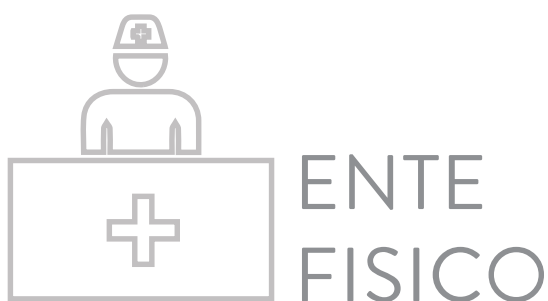
Decreto Legislativo n.153/2009

Servizi erogabili in farmacia, assistenza domiciliare, campagne di educazione.
Prestazioni analitiche di prima istanza, rientranti nell'ambito dell'autocontrollo
Dispositivi e analisi strumentali di seconda istanza
Prestazioni professionali erogabili, servizi erogabili da infermieri e fisioterapisti
Attività di prenotazione, pagamenti delle quote e ritiro referti.

Intesa Conferenza Stato-Regioni sulla telemedicina 20 febbraio 2014
Inquadramento implementazione nazionale di servizi di telemedicina

CARATTERISTICHE PRINCIPALI

Semplificazione schematica dell'operatività nei presidi, differenziata in base alla metodologia analogica, affidata all'interazioni umane e di prodotti merceologici, e tecnologica, in cui le funzioni usufruibili sono dispensate tramite l'utilizzo di strumentazioni e sistemi digitali.



Distribuzione

- Vendita di farmaci e prodotti specializzati
- Distribuzione di ausili medici e strumentazione sanitaria



Consulenza

- Consulenza diagnostica
- Consulenza commerciale
- Consulenza informativa



ENTE TECNOLOGICO DIGITALE



Analisi e screening

- Screening e diagnosi leggera
- Monitoraggio specifico



Educazione ed assistenza

- Monitoraggio remoto ed aderenza terapeutica
- Terapie personalizzate



Accessibilità ed organizzazione

- Realizzazione di un fascicolo sanitario elettronico (FSE)
- Prenotazioni e visite pluridisciplinari
- Integrazione di utenti deboli

2

Farmacia e territorio

Farmacie e popolazione
Analisi degli utenti
E-Pharmacy e la telemedicina



Datistica di riferimento

SCENARIO INTERNAZIONALE

19.331 Farmacie operanti in Italia

Disposte capillarmente sul territorio
17.656 sono gestite da privati, mentre
1.675 sono pubbliche.

Divise in farmacie urbane e rurali in base alla
popolazione del centro abitato in cui operano, differenti
per tipologia o area di intervento, tra cui farmacia
comunitaria, farmacia ospedaliera e farmacia industriale.



Scenario internazionale

SVILUPPO DELLE FARMACIE

Sviluppo delle farmacie nel territorio italiano rapportato all'incremento della popolazione e al rapporto tra locale ed utenza accolta.

Si nota una riduzione del rapporto cittadino-presidio per favorire una maggiore presa in carico degli utenti migliorando la possibilità di adempimento delle richieste e delle necessità territoriali.

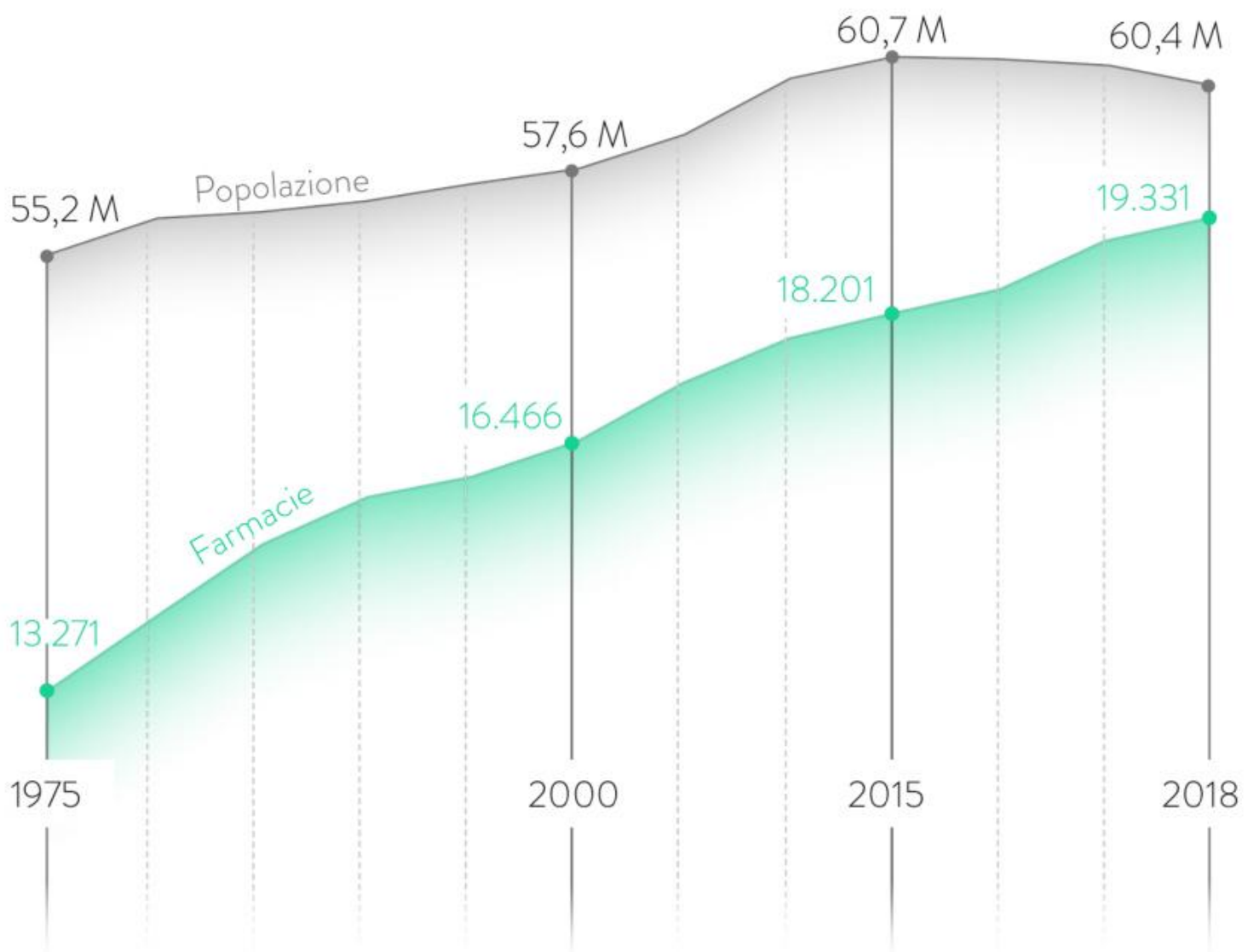
Anno	Farmacie	Popolazione	Abitanti per farmacia
1975	13.271	55.2 mln	4.166
2000	16.466	57.6 mln	3.503
2015	18.201	60.7 mln	3.340
2018	19.331	60.4 mln	3.129

1975 - 2018

Incremento farmacie
+45,7%

Incremento popolazione
+9,4%

Rapporto farmacia-abitanti
- 24,9%



Normative:

Criteria e rapporto territorio-abitanti per l'autorizzazione di apertura di nuove farmacie

Legge 2 aprile 1968 n. 475

- Comuni con popolazione fino a 25.000 abitanti, una farmacia ogni 5000 abitanti
- Altri comuni una farmacia ogni 4000 abitanti

Legge 24 marzo 2012, n. 27 (modificazione del Decreto Legge 24 gennaio 2012 n.1)

- Una farmacia ogni 3300 abitanti con possibilità di apertura di ulteriore farmacia se sussiste il 50% del parametro di riferimento di popolazione eccedente (1651 abitanti)

CLASSIFICAZIONE



Farmacia Urbana

Comuni o centri abitati con popolazione superiore a 5000 abitanti

La Farmacia Urbana è predisposta ad una maggiore affluenza e dispone perciò di spazi ampi e offerte multiple di prodotti e servizi. Le farmacie urbane sono all'incirca 12.000, i due terzi del totale.

Tali farmacie, grazie al maggior dimensionamento strutturale ed il contesto dinamico in cui spesso operano, sono maggiormente predisposte ad un'organizzazione plurispecialistica. Vi è spesso coesistenza in centri abitati di multiple Farmacie Urbane e di Farmacie Rurali essendo preso come valore di riferimento il numero di abitanti della zona in cui la farmacia opera.



Farmacia Rurale

Comuni o centri abitati inferiori a 5000 abitanti.

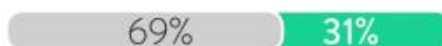
Farmacie situate in centri abitati con popolazione contenuta, un terzo delle farmacie esistenti opera in piccoli comuni. Di queste 6.800 rurali, 4.200 sono sussidiate, cioè situate in località con meno di 3.000 abitanti e servono complessivamente oltre 5 milioni di persone. Per la loro funzione di presidio sanitario unico e indispensabile sul territorio e per il fatto di operare in zone spesso isolate da grandi centri urbani e con bacini di utenza ridotti, ricevono un sussidio dalle Regioni (di entità variabile a seconda delle norme varate a livello regionale).

Delle farmacie rurali sussidiate, 2.000 operano in centri con meno di 1.500 abitanti e servono quasi 2 milioni di persone.

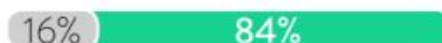
POPOLAZIONE E COMUNI



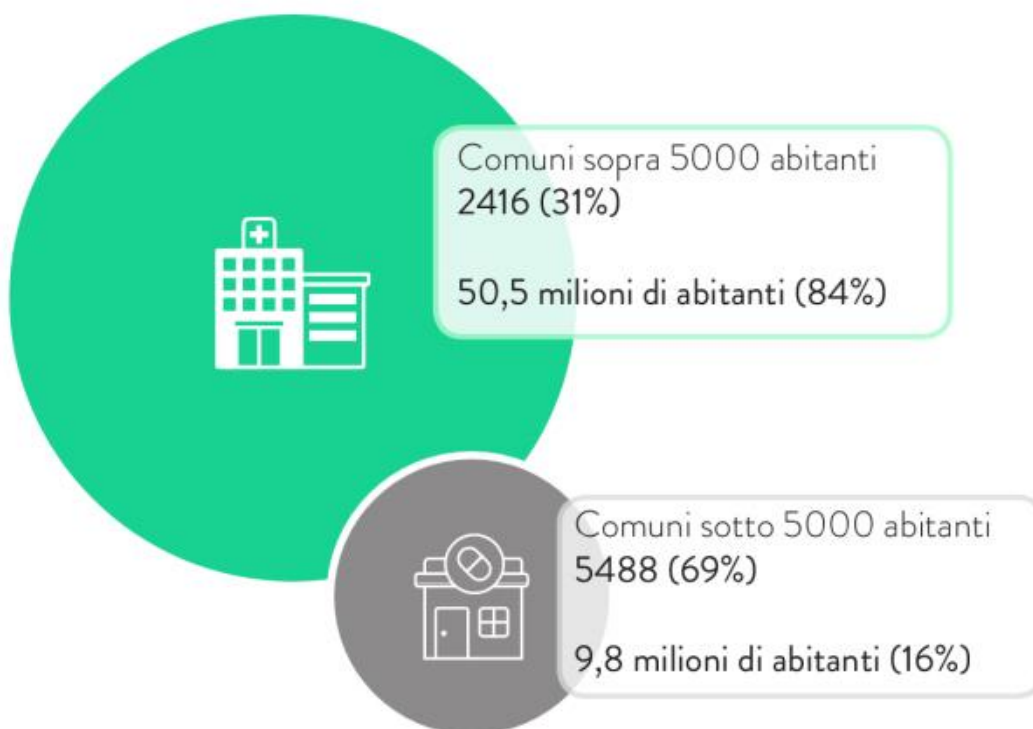
7914 Comuni italiani totali



Popolazione italiana
60,3 milioni di abitanti



La maggior parte della popolazione italiana (84%) vive nella minoranza dei comuni del territorio (16%), tale dato indica la presenza di una capillarizzazione in piccoli comuni inferiori ai 5000 abitanti che non rappresenta la maggioranza del territorio. I centri urbani che accolgono la sfera maggiore di utenti sono più propensi ad implementazioni ed evoluzione, fornendo un flusso di utenza, di differenziazione delle attività e di possibilità di incentivi ed evoluzioni sostenibili.



DIMENSIONI DEI LOCALI

Analisi delle media nazionale delle metrature e grandezze dei locali di farmacie urbane e rurali.



Farmacia
Urbana



Farmacia
Rurale



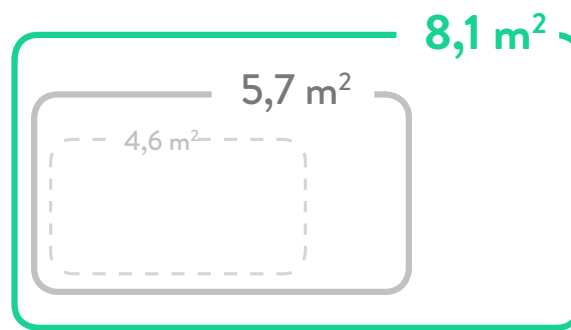
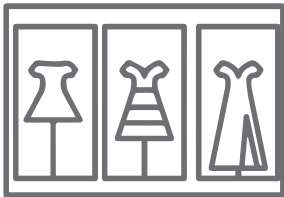
Farmacia
Rurale sussidiata

Le dimensioni dei locali, sia dello spazio usufruibile dal cittadino, sia nelle misure dello spazio espositivo, sono elementi da considerare in una visione d'intervento nei presidi, si nota dalle differenze tra le medie dimensionali dei locali urbani rispetto ai rurali una maggiore capacità di adattabilità di implementazioni nelle farmacie urbane, considerandone anche la maggiore affluenza che tali tipologie accoglie.

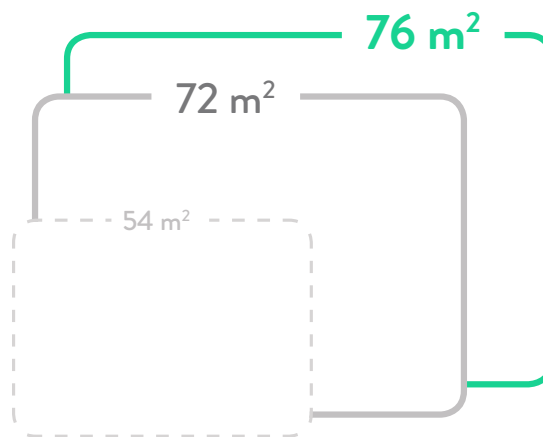
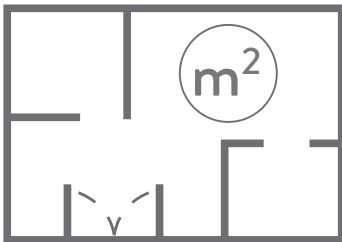
Le differenze nelle medie di metratura dei locali sono maggiori tra queste e le farmacie sussidiate, quindi operanti in centri con meno di 3000 abitanti, estremamente contenute in cui risulta molto difficile una trasformazione d'operatività e d'organizzazione spaziale, lo spazio è sufficiente ad un'esposizione concentrata di prodotti e ad un'interazione farmacista-utente delimitato allo spazio del banco farmaceutico.

Se pur la media delle superfici dei locali nazionali si aggira sui 70m², vi è una grande differenziazione spaziale, più precisamente vi sono il 10% di locali sotto i 30m², il 36% tra i 30 ed i 60m², il 39% dai 60 ai 100m², il 10% dai 100 ai 150 m² e il 4% oltre questi. A locali con grandezze differenti corrispondono caratteristiche ed operatività altrettanto diversificate, maggiore è la grandezza e la strutturazione del locale maggiore sarà la strutturazione e divisione delle zone espositivo commerciali, delle stazioni di incontro e consulto e delle aree specifiche per terapie e diagnosi interne.

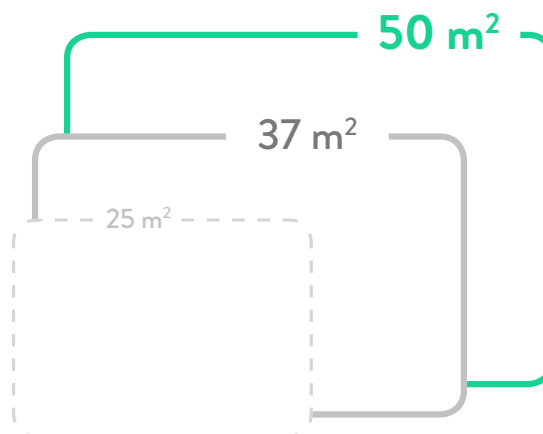
Vetrine espositive



Superficie del locale



Superficie del magazzino



Datistica di riferimento

UTENTI

Analisi delle interazioni popolazione - farmacie nel territorio italiano.



4 Milioni di utenti nazionali giornalieri

Il 90% degli utenti italiani conosce ed apprezza il modello attuale di farmacia e ne hanno usufruito negli ultimi due anni, ciò rende il canale farmaceutico il primo canale distributivo in Italia, seguito da supermercati (88%) e bar (87%).



Utenti

UTENZA MEDIA NAZIONALE

Affluenze medie nel territorio nazionale, dati raccolti tramite sondaggi e pubblicazione di federfarma negli anni 2014-2020.



4 Milioni di utenti giornalieri



800 mila

Utenti medi nazionali per consulenze



230

Utenti medi di una farmacia



150

Utenti giornalieri per farmaci a domicilio

Stime d'affluenza media alte suggeriscono un'evoluzione dell'organizzazione e delle interazioni veloci, in particolare nelle attività prive della necessità di intervento completo del personale presente.



If you really
want to quit.

At the pharmacy you'll find every brand of
cigarettes and every brand of
cigarettes.

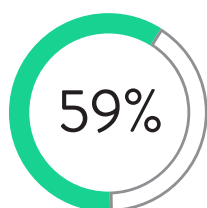
At the pharmacy you'll find every brand of
cigarettes and every brand of
cigarettes.



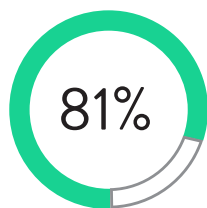
FREQUENZA



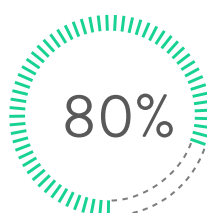
FREQUENZA DI VISITA DELLA FARMACIA



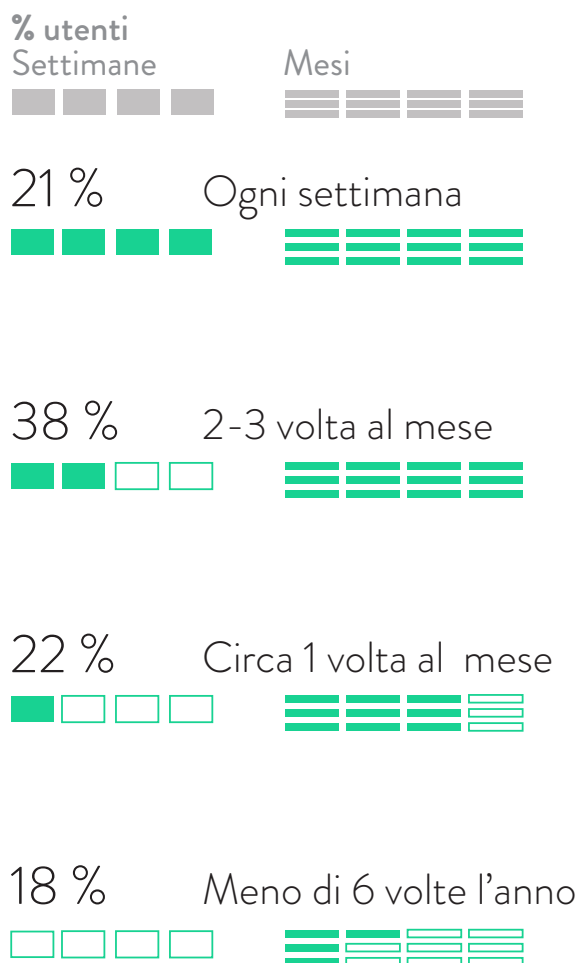
Utenti con frequenza settimanale



Utenti con frequenza mensile



Utenti con farmacia di fiducia



L'alta frequenza media della popolazione indica un alto tasso di operatività e di fruizione delle attività dei presidi, sia per necessità imminenti del cittadino sia per attività costanti di acquisto ed analisi. Tali dati, considerando anche la fidelizzazione del locale, indicano un **flusso costante di utenti**, permettendo una **possibile suddivisione delle modalità di servizio**, per attività veloci, utili ad acquisti autonomi o per interazioni interpersonali, utili per un monitoraggio periodico da parte di utenza fragile.

ABITUDINI CLIENTELA

PREDOMINANZA COMMERCIALE



Il rapporto maggiore delle attività commerciali rispetto ai servizi consegue dalla natura stessa delle farmacie, presidio principale di distribuzione del farmaco e di prodotti sanitari ai cittadini.

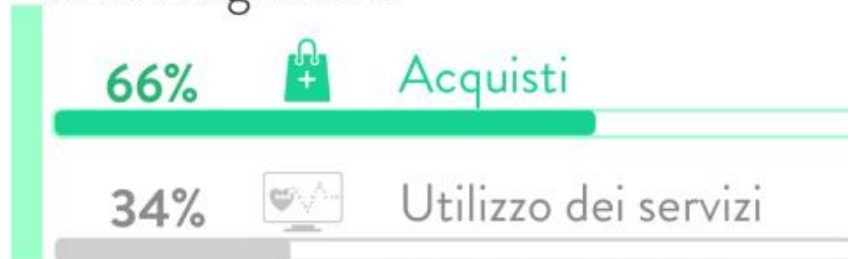
La predominanza delle attività di vendita e di distribuzione sono fornite, nella quasi totalità dei locali, tramite vendita diretta interpersonale tra il cittadino ed il farmacista tramite incontro al banco farmaceutico. Tale modalità presenta vantaggi e carenze, pur essendo sicura ed accurata nella presa in carico del cittadino non ottimizza le diverse tipologie di acquisto degli utenti “veloci”, cioè di utenza con un intenzione di acquisto già predisposta, non necessariamente legata ad un consulto diretto, che ricorre all’acquisto interpersonale in farmacia come unica possibilità di acquisto in loco.

DIVERSIFICAZIONE DEI CANALI COMMERCIALI

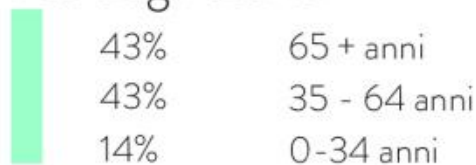
La natura di acquisti veloci e lenti (quindi già predisposti o invece conseguenti ad un dialogo con la figura predisposta) possono essere valorizzati distintamente offrendo un canale di acquisto veloce per i primi, aumentando la possibilità e i tempi per i secondi.

ABITUDINI CLIENTELA

Attività degli utenti



Età degli utenti

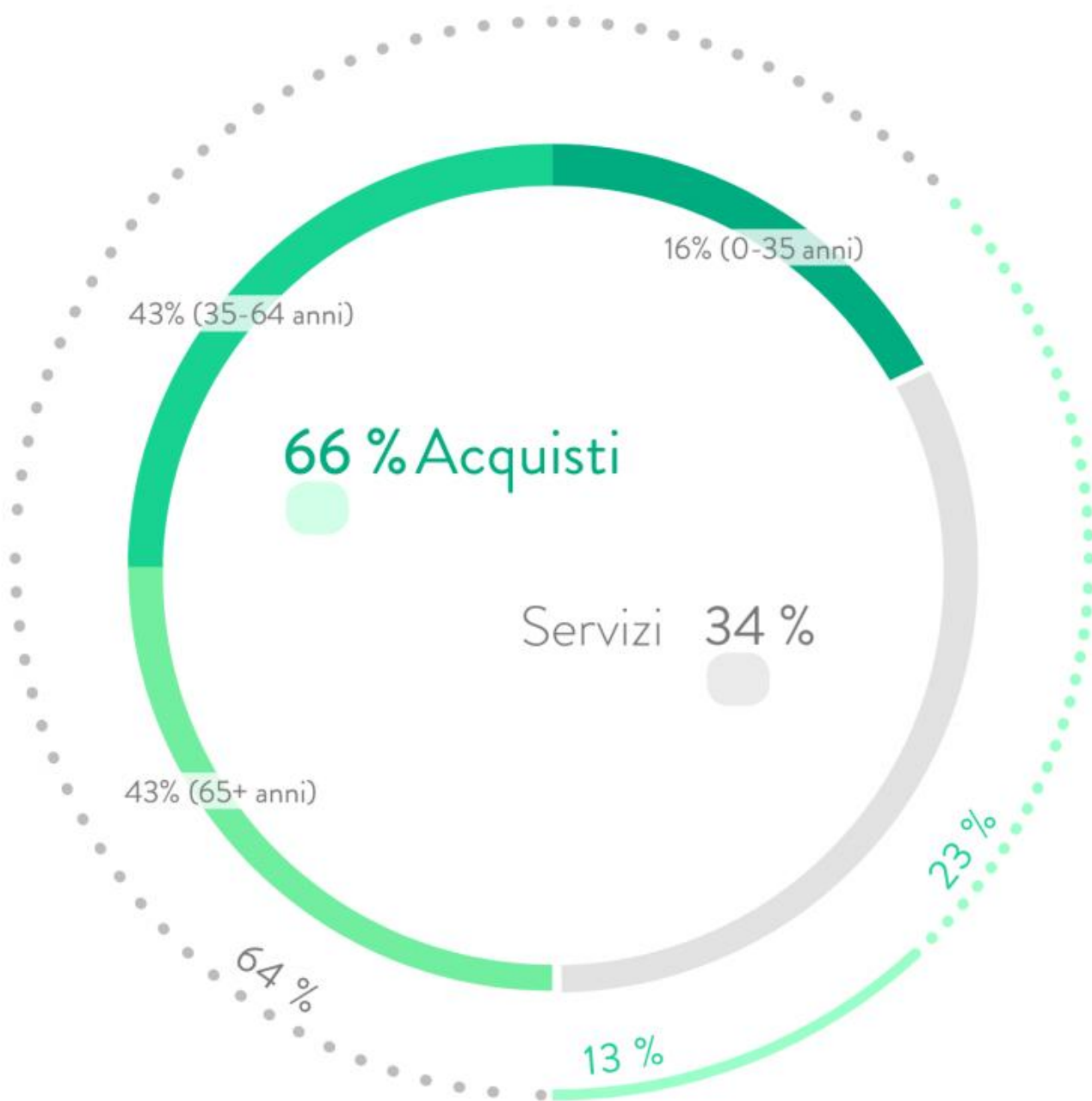


Tempi di attesa sopportati per venire serviti



Utenti conoscono le opportunità della farmacia dei servizi ?





Utenti aggiornati alla farmacia dei servizi



ABITUDINI DIGITALI



E-health

Gli utenti e la sanità digitale del web

Utenti

66 %

41 %

28 %

24%

Le ricerche effettuate online

Autodiagnosi ed autoterapia

Indicazione sui farmaci

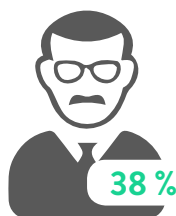
Prevenzione patologie

Informazioni su integratori

Utilizzo del web per ricerche sulla salute



Under55



Over 55

Le modalità di interazione digitali, in particolare le ricerche online su sintomatologie e percorsi terapeutici autodiagnostici, per molti aspetti sono da considerare pericolose in termini di approccio a percorsi di cura indipendenti, ma rappresentano e mostrano una realtà della popolazione incentivata ad un approccio autonomo e protagonista del proprio benessere, dettato da necessità o preferenze.

Riducendo gli elementi che possono portare ad un errata concezione di utilizzo di questi strumenti, quindi trasportando le qualità apprezzabili di una ricerca indipendente a canali certificati e guidati da figure professionali, si possono soddisfare le esigenze della sfera di utenti predisposta ad una maggiore consapevolezza ed autonomia.



Costs

by department

Costs

Participants by quarter

Daily income per device per hour by department

Share of income of participants by quarter

Dynamics of change Quarter I

Quarter III

Quarter IV

Participants by quarter

Participants by quarter

Participants by quarter

Participants by quarter

Participants by quarter

Participants by quarter

Participants by quarter

Participants by quarter

Participants by quarter

Participants by quarter

Participants by quarter

ABITUDINI DIGITALI



E-health

Gli utenti e la sanità digitale del web

OPINIONI

UTILITÀ

- 59% Prenotazioni esami e visite
- 48% Consultazione esami e fascicolo sanitario
- 48% Comunicazione con i medici
- 47% Telemedicina

VANTAGGI

- 52% Comodità e risparmio di tempo

SVANTAGGI

- 45% Necessaria padronanza del digitale
- 33% Mancanza di certificazione
- 25% Assenza di contatto professionale

UTILIZZO EFFETTIVO

- 40%** Acquisto online di farmaci e prodotti per la persona
- 25% Prenotazioni esami e visite via web (2% App)
- 15% Pagamenti via web
- 10% Prenotazioni e pagamenti in farmacia
- 10% Altro

Canali utilizzati dagli utenti verso i medici

- 19% E-mail
- 17% WhatsApp
- 15% Sms

Canali utilizzati dai medici

- 81% E-mail
- 60% WhatsApp
- 50% Sms

Telemedicina (da parte del personale)

- 4% Teleassistenza
- 3% Televisita e Telesalute
- 20% Telerefertazione

ABITUDINI DIGITALI

Predisposizione positiva degli utenti all'integrazione di canali digitali, utilizzati per informazione autonoma ed acquisti.

52% Comodità e risparmio di tempo

40% Acquisti digitali

33% Mancanza di certificazione

L'alto tasso di diffusione della padronanza degli strumenti digitali e telematici della popolazione ha raggiunto livelli ottimali per porre le basi di un sistema informatico nazionale che offra una rete di servizi certificata in cui utenti e figure professionali possano interfacciarsi attraverso strumenti interattivi.

Da tali dati si riscontra la **propensione ad un autonomia dell'utente verso l'utilizzo di sistemi farmaceutici digitali**, da prestare molta attenzione all'autodiagnosi e alla percezione di mancanza di certificazione nei canali digitali, risolvibile attraverso la predisposizione di canali digitali farmaceutici accurati.

Fornendo tale rete a presidi dotati di portali d'interazione guidata è possibile assicurare alla popolazione una più ampia sfera di utilizzo dei presidi, sia a livello dei servizi digitali, sia nella sfera commerciale, ad oggi limitata ad acquisti online di farmaci da banco, prodotti di cura della persona e alla vendita automatizzata di quest'ultimi tramite distributori automatici con sistema di deposito prodotti esterno al locale.

In una cerchia ristretta di farmacia si sono diffusi sistemi di deposito di prodotti acquistabili in remoto, con possibilità di ritiro futuro da parte dell'utente, fornendo un prima prima possibilità di connubio digitale-analogico come modalità di acquisto.

Farmacia digitale

E-PHARMACY

Analisi degli strumenti e delle opportunità della farmacia telematica

I servizi digitali ampliano l'integrazione dei presidi farmaceutici nel territorio, riducendo la spesa sanitaria pubblica, le tempistiche e l'accessibilità nelle varie strutture, garantiscono una maggiore continuità di sorveglianza, aumentano l'accessibilità dei servizi e creano nuove opportunità terapeutiche e monitoriali.



Telemedicina

Servizi digitali di comunicazione e consulenza medico-paziente e figure polispecialistiche, consultazione di referti, prenotazioni-pagamenti ed assistenza remota.



E-commerce

Solo 550 farmacie hanno richiesto la possibilità di vendita online (Aprile 2018)



Farmacia digitale

E-PHARMACY

PRESTAZIONI AMMINISTRATIVE DIFFUSE

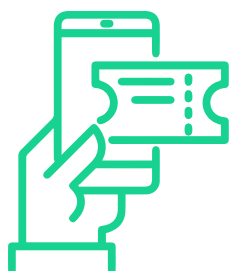


Ricetta elettronica

85% Utilizzo medio nazionale

L'utilizzo della **ricetta medica digitale** per la prescrizione di farmaci e ricette:

- incentiva la dematerializzazione delle ricette,
- riduce i costi di prescrizione e di spostamento dei cittadini,
- aumenta la trasparenza e la reperibilità della stessa,
- ottimizza le tempistiche per prescrizioni a distanza.



Prenotazione e pagamento CUP

Presente nel 63% delle farmacie nazionali

Poco conosciuto ed utilizzato, il 30% delle strutture effettua non più di 2 prenotazioni a settimana, il 47% non più di 10.

I presidi farmaceutici offrono la possibilità di **prenotazioni e pagamenti** come sostituti degli **sportelli Cup**, alleggerendo i tempi di attesa degli utenti e l'affollamento degli uffici, ma non rappresentano un servizio diffuso nella popolazione per la mancanza di consapevolezza nei cittadini di tale possibilità.



Amministrazione pubblica

- Servizio d'interazione tramite **scontrini elettronici** con l'agenzia delle entrate come ausilio di contabilità e detraibilità delle spese degli utenti
- Interazione con il servizio sanitario nazionale radicata dal 1999, implementata ora con i decreti della farmacia dei servizi che consente la dispensazione di tali prestazioni a titolo sanitario pubblico.

Dispensazione attraverso le **piattaforme amministrative** farmaceutiche:

- **WEBCARE**, utilizzata in 48 Asl e oltre 7.500 Farmacie, che gestisce l'Assistenza Integrativa On Line con distribuzione di ausili, presidi, dispositivi medici e prodotti per mezzo delle Farmacie.
- **WEBDPC**, utilizzata in 114 ASL da oltre 12.000 farmacie, piattaforma per la distribuzione per conto di farmaci PHT (Prontuario della Continuità TERAPEUTICA Ospedale- Territorio), farmaci legati ad una continuità terapeutica di soggetti affetti da patologie croniche legate a terapie intensive ospedaliere.

E-PHARMACY

TELEMEDICINA

La Telemedicina è il complesso delle applicazioni della telematica applicate alla medicina, per diagnosi, terapie a distanza e amministrazione sanitaria.

Comprende l'insieme di tecniche mediche ed informatiche che permettono la cura di un paziente a distanza attraverso comunicazione diretta, scambio di dati e di referti medici, a fini diagnostici, terapeutici ed assistenziali.

FINALITÀ

PREVENZIONE

Monitoraggio assiduo preventivo delle persone affette da patologie croniche

DIAGNOSI

Servizi diagnostici tramite trasmissione di informazioni e referti alle figure di riferimento interessate

CURA

Servizi post diagnostici in cui viene redatto il percorso di cura necessario tramite redazione di prognosi e di terapie

MONITORAGGIO

Gestione e comunicazione dei parametri e dei dati dei pazienti interpretati da stazioni di monitoraggio

RIABILITAZIONE

Servizi erogati presso il domicilio o altre strutture assistenziali a pazienti cui viene prescritto l'intervento riabilitativo.

CLASSIFICAZIONE DEI SERVIZI



TELEMEDICINA SPECIALISTICA

Servizi medici a distanza all'interno di una **specifica disciplina medica** e interessa il rapporto fra medico e paziente o tra medici e altri operatori sanitari.



TELESALUTE

Servizi rivolti all'assistenza primaria, in cui si opera un **monitoraggio attivo** da parte del medico (presa in carico del paziente) e dell'utente (autocura), in particolare pazienti cronici. Lo scambio di dati e di visite affianca l'interpretazione diagnostica con modalità di informazione e formazione del paziente.



TELEASSISTENZA

Sistema di **assistenza socio-sanitaria**, in cui la presa in carico a domicilio del paziente fragile viene supportata da sistemi di allarmi, segnalatori di emergenze e chiamate di supporto da parte di un centro servizi. Affianca la gestione sociale dell'utente con i servizi sanitari in favore ad una tempestività di intervento da parte del sistema sanitario.

TELEMEDICINA

MODALITÀ D'INTERAZIONE

Televisita

Interazione tra medico e paziente, in particolare con videochiamata, in cui si effettua una visita con successiva diagnosi da remoto, utilizza strumenti e referti già catalogati da altri servizi e può concludere con prescrizione di farmaci, terapie e percorsi riabilitativi.

Teleconsulto

Interazione tra personale medico, senza la presenza del paziente, in cui si effettua una consulenza su scelte terapeutiche ed esiti diagnostici, utile per una diagnosi approfondita da parte di diverse figure specialistiche.

Telecooperazione

Servizio di assistenza da parte di un medico verso un altro operatore durante un atto sanitario, viene anche utilizzato per la consulenza fornita durante un soccorso d'urgenza.

Telerefertazione

Attività di consultazione, acquisizione, scambio ed analisi di referti medici. I dati sanitari, siano essi certificati o automonitorati (wearable device), e gli esami strumentali vengono catalogati, con l'obiettivo di realizzare un fascicolo sanitario elettronico.

BENEFICI PRINCIPALI DEI SERVIZI PRESENTI

■ ACCESSIBILITÀ

Servizi di gestione e assistenza di utenti deboli e in locazioni remote

■ CONTINUITÀ TERAPEUTICA

Interazioni per controlli terapeutici assidue e facilitate

■ REATTIVITÀ D'INTERVENTO

Reperibilità di soccorso ed informazioni utili immediata in casi di emergenza

■ ORGANIZZAZIONE

Riorganizzazione e classificazione del quadro clinico, della diagnostica di laboratorio e di immagini

■ INTERAZIONE SANITARIA

Operatività multidisciplinare facilitata e integrazione migliorata tra strutture sanitarie

■ CONTENIMENTO DELLA SPESA

Riduzione di spostamenti, tempi di attesa, ospedalizzazione ed insorgenza di emergenze

Farmacia digitale

TELEMEDICINA

ESEMPI



PORTALI ED APPLICAZIONI

Canali principali d'interazione per usufruire dei servizi medici digitali. Sono organizzati secondo due tipi di profili di utenza registrabili, privati e operatori sanitari; rispettivamente al proprio profilo si può accedere alle richieste di servizio offerti: teleconsulto, prenotazioni, pagamenti, blog, aggiornamento di dati e altri, da parte dei medici si indicano le prestazioni offerte e l'accettazione di richieste dei privati.

VISITE E CONSULTI VIRTUALI

Collegamenti in videochiamata, canali di messaggistica e forum consultativi.



CONDIVISIONE DI REFERTI

Organizzazione, trasmissione e lettura di analisi, referti diagnostici ed immagini; particolarmente diffuso per teleradiologia e telecardiologia.



MONITORAGGIO E DATABASE

Automonitoraggio tramite dispositivi domestici e wearable device con conseguente immagazzinamento dati e risultati di progresso.



3

I servizi

Analisi di prima istanza

Analisi di secondo livello

Distribuzione dei servizi

I modelli di farmacia futuri ipotizzati

Servizi

I SERVIZI ATTIVI

Panoramica sui servizi attualmente erogati nelle farmacie

Le attività di controllo effettuabili sono numerose e differenti in base alla struttura dei presidi.

Principalmente tali servizi si categorizzano in analisi di prima istanza, cioè test autodiagnostici, analisi di secondo livello, effettuate tramite strumentazione.



Prima istanza

Test autodiagnostici specifici, effettuati in maniera autonoma o, se necessario, controllata da un operatore.

Secondo livello

Analisi effettuate tramite dispositivi medici con necessità di collegamento a centri di controllo certificati.



Molte farmacie offrono servizi aggiuntivi, campagne di screening specifici con operatori esterni, giornate di educazione e attività di natura ausiliaria come noleggi di ausili medici o raccolta farmaci per meno abbienti.



NORMATIVA FARMACIA DEI SERVIZI

Normative **Decreto 16.12.2010, n.57**

Art. 1 Limiti di applicazione

1. Ai fini del presente decreto, per prestazioni analitiche di prima istanza mediante l'utilizzo di dispositivi per «test autodiagnostici», devono intendersi test che in via ordinaria sono gestibili direttamente dai pazienti in funzione di autocontrollo a domicilio, ovvero in caso di condizioni di fragilità di non completa autosufficienza, possono essere utilizzati mediante il supporto di un operatore sanitario, presso le farmacie territoriali pubbliche e private.

2. E' vietato l'utilizzo di apparecchiature che prevedano attività di prelievo di sangue o di plasma mediante siringhe o dispositivi equivalenti, restando in ogni caso esclusa l'attività di prescrizione e diagnosi.

3. Le apparecchiature di cui al successivo art. 2 possono essere utilizzate anche per la realizzazione dei programmi di educazione sanitaria e di campagne di prevenzione previste dal decreto legislativo 3 ottobre 2009, n. 153.

Art. 2 Prestazioni analitiche di prima istanza rientranti nell'ambito dell'autocontrollo, effettuabili in farmacia

1. Ai fini della definizione degli accordi regionali correlati all'accordo collettivo nazionale di cui all'art. 4, comma 9, della legge 30 dicembre 1991, n. 412, e successive modificazioni, nell'ambito dei limiti ed alle condizioni di cui al presente decreto,

sono utilizzabili i dispositivi medici per test autodiagnostici destinati ad effettuare le seguenti prestazioni analitiche di prima istanza:

- test per glicemia, colesterolo e trigliceridi;
- test per misurazione in tempo reale di emoglobina, emoglobina glicata, creatinina, transaminasi, ematocrito;
- test per la misurazione di componenti delle urine quali acido ascorbico, chetoni, urobilinogeno e bilirubina, leucociti, nitriti, ph, sangue, proteine ed esterasi leucocitaria;
- test ovulazione,
- test gravidanza, e test menopausa per la misura dei livelli dell'ormone FSA nelle urine;
- test colon-retto per la rilevazione di sangue occulto nelle feci.

2. L'elenco delle prestazioni analitiche di cui al comma 1 è periodicamente aggiornato con decreto del Ministro della salute, previa intesa con la Conferenza per i rapporti permanenti tra lo stato, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano.

Art. 3 Indicazioni tecniche relative all'utilizzo di dispositivi strumentali per i servizi di secondo livello erogabili in farmacia

1. Nell'ambito dei servizi di secondo livello, di cui all'art. 1, comma 2, lettera d), del decreto legislativo 3 ottobre 2009, n. 153, **sono utilizzabili presso le farmacie, i seguenti dispositivi strumentali:**

- dispositivi per la misurazione con modalità non invasiva della **pressione arteriosa**;
- dispositivi per la misurazione della **capacità polmonare tramite auto - spirometria**;
- dispositivi per la misurazione con modalità non invasiva della **saturazione percentuale dell'ossigeno**;
- dispositivi per il monitoraggio con modalità non invasive della **pressione arteriosa e dell'attività cardiaca in collegamento funzionale con i centri di cardiologia accreditati dalle Regioni** sulla base di specifici requisiti tecnici, professionali e strutturali;
- dispositivi per consentire l'effettuazione di **elettrocardiogrammi con modalità di tele cardiologia da effettuarsi in collegamento con centri di cardiologia** accreditati dalle Regioni sulla base di specifici requisiti tecnici, professionali e strutturali.

2. Il Ministero della salute, previo accordo con la Conferenza per i rapporti permanenti tra lo stato, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano, adotta delle linee guida sull'utilizzo dei dispositivi di cui al precedente comma 1, cui le farmacie saranno tenute ad adeguarsi entro sessanta giorni dalla loro emanazione.

3. Presso le farmacie sono altresì utilizzabili **dispositivi semiautomatici per la defibrillazione**, nel rispetto di quanto previsto dalla legge 3 aprile 2001, n. 120, e successive modificazioni, in materia di utilizzo dei defibrillatori semiautomatici, e dall'Accordo Stato Regioni del 27 febbraio 2003.

Art. 4 Condizioni di applicazione

1. Le farmacie pubbliche e private, per l'effettuazione delle prestazioni e l'assistenza ai pazienti che in autocontrollo fruiscono delle prestazioni di cui agli articoli 2 e 3, **utilizzano spazi dedicati e separati dagli altri ambienti**, che consentano l'uso, la **manutenzione e la conservazione delle apparecchiature dedicate in condizioni di sicurezza** nonchè l'osservanza della normativa in materia di protezione dei dati personali di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, in base a linee guida fissate dalla Regione.

2. Le attività erogate presso le farmacie devono essere effettuate nei limiti dei rispettivi profili professionali, nonchè nel rispetto delle altre disposizioni di legge, e **sotto la vigilanza dei preposti organi regionali**.

3. Il farmacista titolare o il direttore responsabile della farmacia definisce in un apposito documento, conservato in originale presso la farmacia e inviato in copia all'Azienda sanitaria locale territorialmente competente, i compiti e le responsabilità degli infermieri o degli operatori socio sanitari che forniscono il supporto all'utilizzazione delle strumentazioni necessarie per l'esecuzione delle analisi di cui all'art. 2, nel rispetto dei rispettivi profili professionali.

4. Il personale sanitario addetto al supporto dell'esecuzione degli esami deve essere in **possesso delle conoscenze necessarie per l'esecuzione dei test**, per le operazioni che consentano un corretto funzionamento dei sistemi in uso, per la eventuale manutenzione strumentale delle apparecchiature, e deve partecipare a corsi di aggiornamento professionale relativi all'utilizzo delle tecnologie adoperate, con cadenza almeno triennale.

Art. 5 Responsabilita'

1. **Il farmacista titolare o il direttore responsabile** della farmacia **risponde della corretta installazione e manutenzione dei dispositivi** utilizzati, secondo le indicazioni fornite dal fabbricante.

2. Il farmacista titolare o il direttore responsabile della farmacia risponde della inesattezza dei risultati analitici, qualora questa sia dovuta a carenze nella installazione e manutenzione delle attrezzature utilizzate.

ANALISI DI PRIMA ISTANZA



Kit di autodiagnosi

Test di autoanalisi basati sull'analisi di campioni biologici dell'utente.

Principalmente formati da elementi di raccolta del campione, strisce, pungidito o tamponi; contenitori con reattivi predosati e sistema di feedback del risultato. Ne esistono molti modelli di diversa tipologia, da test completamente analogici con lettura dei risultati a contrasto di reagenti, a strumenti digitali con sistemi di controllo e segnalatore elettronico.

Categorie di controllo In base all'uso dei test si rintracciano due tipologie



Test di Monitoraggio

Analisi degli andamenti di parametri clinici indici di variazione dell'organismo, necessari per il controllo di patologie, potenziali condizioni cliniche o efficacia delle terapie. Un esempio di questi sono i test glicemici ed ematici.



Test di Segnalazione

Test di diagnosi di eventi sintomatici o di sospetta patologia. Non necessitano di un alta frequenza di utilizzo, sono di carattere singolo e segnalatore di acquisizione della tipologia trattata, come i test per l'HIV o per le intolleranze alimentari.



Normative

Decreto 16.12.2010, n.57 (su Decreto legislativo n. 153 del 2009)

- Art 1 Limiti di applicazione delle prestazioni
- Art 2 Prestazioni analitiche di prima istanza
- Art 3 Analisi strumentali di secondo livello
- Art 4 Condizioni di applicazione
- Art 5 Responsabilità
- Art 6 Obblighi formativi

ANALISI DI PRIMA ISTANZA

Valori ematici



- Analisi glicemia, colesterolo e trigliceridi
- Analisi emoglobina, emoglobina glicata, creatina, transaminasi, ematocrito, D-dimero, ferritina

Analisi delle urine



- Analisi componenti delle urine. (acido ascorbico, chetoni, urobilinogeno e bilirubina, leucociti, nitriti, ph, sangue, proteine ed esterasi leucocitaria)

Monitoraggio della Tiroide



- Test ematico per quantificazione dell'ormone tiroide-stimolante indicatore delle condizioni di funzionamento della tiroide

Tracciamento delle vitamine



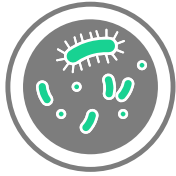
- Test di valutazione specifici per tipologia di vitamina trattato, principalmente tramite analisi del sangue.





Analisi delle feci

- Analisi di rilevamento di sangue nel colon tramite analisi delle feci



Allergie e intolleranze

- Intolleranze e allergie alimentari
- Allergie respiratorie, animali e minerali tossici



Fertilità ed equilibrio femminile

- Test di ovulazione, gravidanza, menopausa
- Ph vaginale



Fertilità maschile

- Test per controllo della fertilità maschile tramite conta spermatica del liquido seminale



Helicobacter pylori

- Segnalazione d'infezione da Helicobacter pylori tramite kit ematico, biotico o fecale.



Droga, alcool, nicotina

- Test salivare, ematico o urinocoltura per misurazione di sostanze stupefacenti, alcool e livelli di nicotina.



Malattie sessualmente trasmissibili

- Test ematico o urinocoltura per malattie veneree trasmissibili di natura virale, batteriologica e parassitaria.



ANALISI DI PRIMA ISTANZA



Kit di autodiagnosi

UTILITÀ DEI KIT

Reperibilità ed accessibilità

Le modalità d'utilizzo e d'acquisizione dei kit offrono possibilità di analisi veloci per qualsiasi tipologia d'utente in qualsiasi circostanza e località. Riducono la necessità di trasporto per effettuazione di esami specialistici, per monitoraggi basilari frequenti e per analisi di identificazione, estendendo tali possibilità anche in località con deficit del sistema sanitario.

Velocità e tempestività

La maggior parte dei kit offrono operazioni di controllo autonomo in velocità di esecuzione e di lettura dei risultati, consentendo un riscontro immediato dell'analisi. In caso di necessità, come per esempio la lettura glicemica in una sospetta crisi ipoglicemica in un utente con diabete, assicurano prontezza d'intervento con tempistiche difficilmente rintracciabili in altre modalità.

MANCANZE

Modalità d'uso instabile

Le modalità d'uso, per quanto possono essere intuitive ed illustrate nelle informazioni, sono frequentemente svolte in modo errato influenzando la veridicità dei test. Le variabili in tali kit sono molte e difficilmente rintracciabili; agenti esterni nel campione, l'utilizzo sbagliato del pungidito o l'osservanza incompleta di digiuni o tempistiche sfalzano i valori rintracciati, in maniera spesso non identificabile.

Interpretazione dei risultati e mancata certificazione

Molti kit forniscono un range di valori che rappresentano le fasce di tolleranza di condizioni normali da confrontare con i risultati del test. Effettuare tale lettura in autonomia e in mancanza di competenza può risultare potenzialmente dannoso sottovalutando o sopravvalutando i risultati, inducendo ad effettuare un percorso di autodiagnosi pericoloso. Gli esiti di questi test non possiedono perciò un valore medico certificato e sono utili per un confronto con una figura professionale, che di conseguenza indirizza il paziente ad esami di approfondimento.

Utilizzi ed risultati isolati

Tali tipologie d'analisi sono limitate al singolo utilizzo del kit con i relativi esiti. La mancanza di un sistema di connessione con la propria persona, con il proprio quadro clinico e sanitario o con un'infrastruttura di controllo limitano l'utilità di questi controlli. La possibilità di salvataggio, di confronto e di scambio di dati consentono un controllo maggiore della propria salute, in autonomia o da parte di una figura sanitaria, fornendo maggiori indici di lettura per le future analisi.

ANALISI DI SECONDO LIVELLO

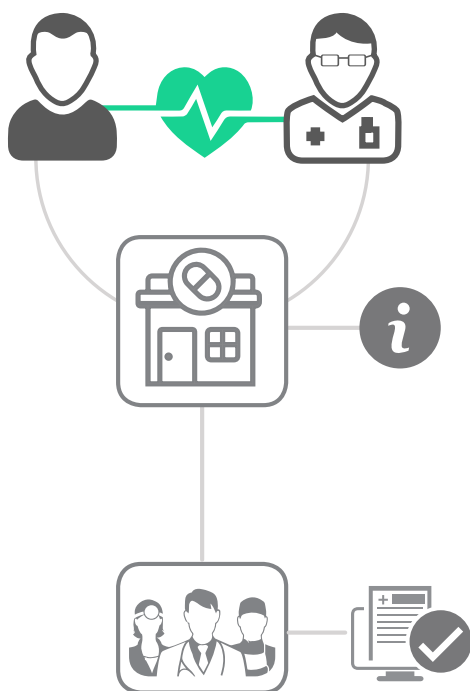


Analisi strumentali

Analisi mediche effettuate con strumentazione diagnostica

I servizi di analisi di secondo livello sono tipologie di esami dei valori fisici primari, principalmente analisi del sistema cardiocircolatorio e respiratorio, effettuate tramite strumentazione medica da parte del farmacista o da altre figure professionali interne al locale. In base all'analisi effettuata può essere necessaria la lettura dei risultati da un medico specializzato tramite telerefertazione.

Finalità d'uso



Preventivo - informativo

Gli esiti di questi controlli sono di carattere preventivo ed informativo se effettuati in farmacie prive di medici specializzati.

Diagnostico - certificativo

Tali analisi possono essere strumento di diagnosi solo se gli esiti vengono inviati e monitorati da un centro specialistico certificato.



ANALISI DI SECONDO LIVELLO



Analisi strumentali

○ Cuore e circolazione



- Controllo della pressione arteriosa
- Elettrocardiogramma
- Noleggio e controllo tramite Holter cardiaco

○ Polmoni e ossigenazione



- Misurazione della capacità polmonare tramite Spirometria
- Controllo della Saturazione dell'ossigeno

Analisi principali e maggiormente diffuse a livello internazionale. I servizi di monitoraggio cardiaco e polmonare sono servizi essenziali, promossi e diretti nell'evoluzione alla Farmacia dei servizi dal Decreto 16.12.2010, n.57. I check up basilari, come il controllo della pressione e la saturazione vengono svolti ed analizzati in farmacia con consulto del farmacista, mentre analisi specifiche vengono effettuate con collegamento funzionale a centri accreditati, tramite televisita e telerefertazione.



Screening visivo

- Screening della capacità visiva e maculopatia
- Analisi del glaucoma con misurazione della pressione oculare



Capelli e cute

- Analisi del cuoio capelluto, del capello e della pelle tramite sonde, microcamere ed elaboratori dati.



Osteoporosi

- Check up per l'osteoporosi tramite Mineralometria Ossea Computerizzata



Peso e massa corporea

- Controllo del peso corporeo e pesata impedenziometrica per analisi delle percentuali della massa magra e grassa



Controllo dell'udito

- Esame audiometrico per misurazione della soglia minima di udibilità, esame della presbiacusia e compromissione della capacità uditiva



Prevenzione del melanoma

- Analisi dermatologica e mappatura di macchie e nei tramite scanner fotografico per controllo dell'insorgenza del melanoma e altri tumori cutanei



Posture e scompensi

- Esame posturale barometrico, analisi di appoggio, pressione statica e dinamica, baricentro e distribuzione del peso.

Servizi secondari di varia tipologia con livelli d'approfondimento differenti. Alcuni di questi sono disponibili solo in determinate giornate di prevenzione o tramite presenza di una figura professionale inerente.

ANALISI DI SECONDO LIVELLO

Esami strumentali ancora poco diffusi

L'offerta di questi servizi non ha riscontrato ancora una capillarizzazione adeguata alla copertura del territorio, dovuta probabilmente in parte al costo degli investimenti del sistema di attrezzature necessario, in parte alla mancanza di comunicazione e all'istaurazione di una rete funzionale identificativa usufruibile dal cittadino con modalità agevoli e quotidiane.

Questi servizi ad oggi vengono utilizzati prevalentemente come analisi identificative di una sintomatologia attiva, quindi rimane di carattere segnalatore, nei confronti di utenti in stato di necessità di controllo di una patologia in corso o in manifestazione, promuovendo in maniera carente una routine di monitoraggio preventiva.



Distribuzione delle analisi strumentali

Percentuali di farmacie che dispongono delle analisi di secondo livello



- **98 %** Misurazione pressione arteriosa
- **40 %** Monitoraggio nelle 24h con holter pressorio e cardiaco
- **30%** Elettrocardiogramma in collegamento telematico



- **26 %** Misurazione della saturazione d'ossigeno
- **8 %** Capacità polmonare con spirometria



- **22 %** Altre analisi strumentali

UTILITÀ DELLE ANALISI

Reperibilità e tempestività

La capillarizzazione delle farmacie dotate di questi servizi offre una maggiore possibilità di controllo agli utenti, estendendo le sedi in modo diffuso nel territorio. Ottimizzano gli spostamenti necessari, la velocità dei controlli e le tempistiche di degli stessi.

Monitoraggio agevolato per malattie croniche

La diffusione di questi controlli alleggerisce il carico di azioni degli utenti e delle strutture sanitarie per check up abitudinali di pazienti cronici (e non) offrendo presidi di analisi capillari nel territorio.

Deospedalizzazione

L'ampliamento delle possibilità di controllo veloci instaura un aumento della prevenzione attiva dell'utente. La diversificazione delle sedi di analisi leggere e veloci riduce il carico di pazienti nei confronti delle strutture sanitarie pubbliche.

MANCANZE

Archiviazione e aggiornamento

Gli esiti di questi esami vengono emessi in maniera analogica o nel caso di stesure digitali richiedono la consulenza e l'aggiornamento manuale del proprio schedario da parte del medico di base limitandone le potenzialità di monitoraggio dello stato di salute della persona.

Diffusione limitata e natura emergenziale

Mentre gli esami cardiologici sono presenti quasi all'unanimità i restanti assumono un carattere di specializzazione del presidio e l'uso principale ad oggi avviene in modo emergenziale in casi di sintomatologia accusata dall'utente, non si è ancora costruito un sistema di monitoraggio preentivo/educativo.

SERVIZI AUSILIARI

Oltre ai servizi di prima istanze e di secondo livello, implementati come sviluppo della farmacia dei servizi con il decreto sopracitato, sono offerti dai presidi dei servizi aggiuntivi di varia natura assistenziale.

SERVIZI AUSILIARI



- Noleggio per dispositivi di deambulazione **64 %**
- Distribuzione di prodotti di assistenza integrativa **84 %** (cateteri, sacche di raccolta, cannule tracheali, ausili per incontinenza)



- Kit per il monitoraggio dell'attività cardiaca e sonora del feto e noleggio di strumentazione per la prima infanzia **50 %** (bilancia per neonati e tiralatte elettrico)



- Noleggio o vendita di kit sensoristico di rilevamento di episodi notturni di apnea/ipoapnea per analisi di apnee notturne e qualità del sonno



- Raccolta medicinali per i meno abbienti **51 %**
(Banco farmaceutico)



- Servizio psicologico, consulenze con figure qualificate per il confronto personale ed ausilio al percorso riabilitativo e terapeutico



- Distribuzione a domicilio **66 %**
- Dispensazione per conto di strutture sanitarie **98 %**

Servizi interni alle farmacie distribuiti ed utilizzati maggiormente rispetto alle analisi che richiedono un intervento esterno.

Dalle analisi della distribuzione dei servizi si può notare l'alta diffusione degli esami di prima istanza, essendo questi prodotti commerciali per autodiagnosi hanno delle caratteristiche di reperibilità, stoccaggio e vendita tali da favorire e facilitare l'approvvigionamento e la distribuzione da parte delle farmacie.

Per le analisi di secondo livello, considerando anche le priorità degli esami principali, si può notare una diffusione maggiore dei servizi basati su strumentazione analogica o con possibilità di lettura e controllo interne al presidio e alla portata degli operatori che vi operano, come la misurazione della pressione presente in quasi la totalità delle farmacie. Altri tipi di screening, per quanto già in parte diffusi, non vengono offerti in maniera sufficiente ad una distribuzione equa nel territorio, favorevole ad una incentivizzazione dell'utilizzo, basta notare la diffusione dell'elettrocardiogramma, del controllo della saturazione e della capacità polmonare, presenti in media rispettivamente in una farmacia su tre, una su quattro e una su dodici, pur essendo analisi utili in caso d'emergenze.

DISTRIBUZIONE



Kit di autodiagnosi

- Acquisizione e distribuzione commerciale
- Velocità, uso e lettura in autonomia



Analisi interne

- Tempistiche flessibili e velocità di risposta
- Necessità di azione, organizzazione e costi minori

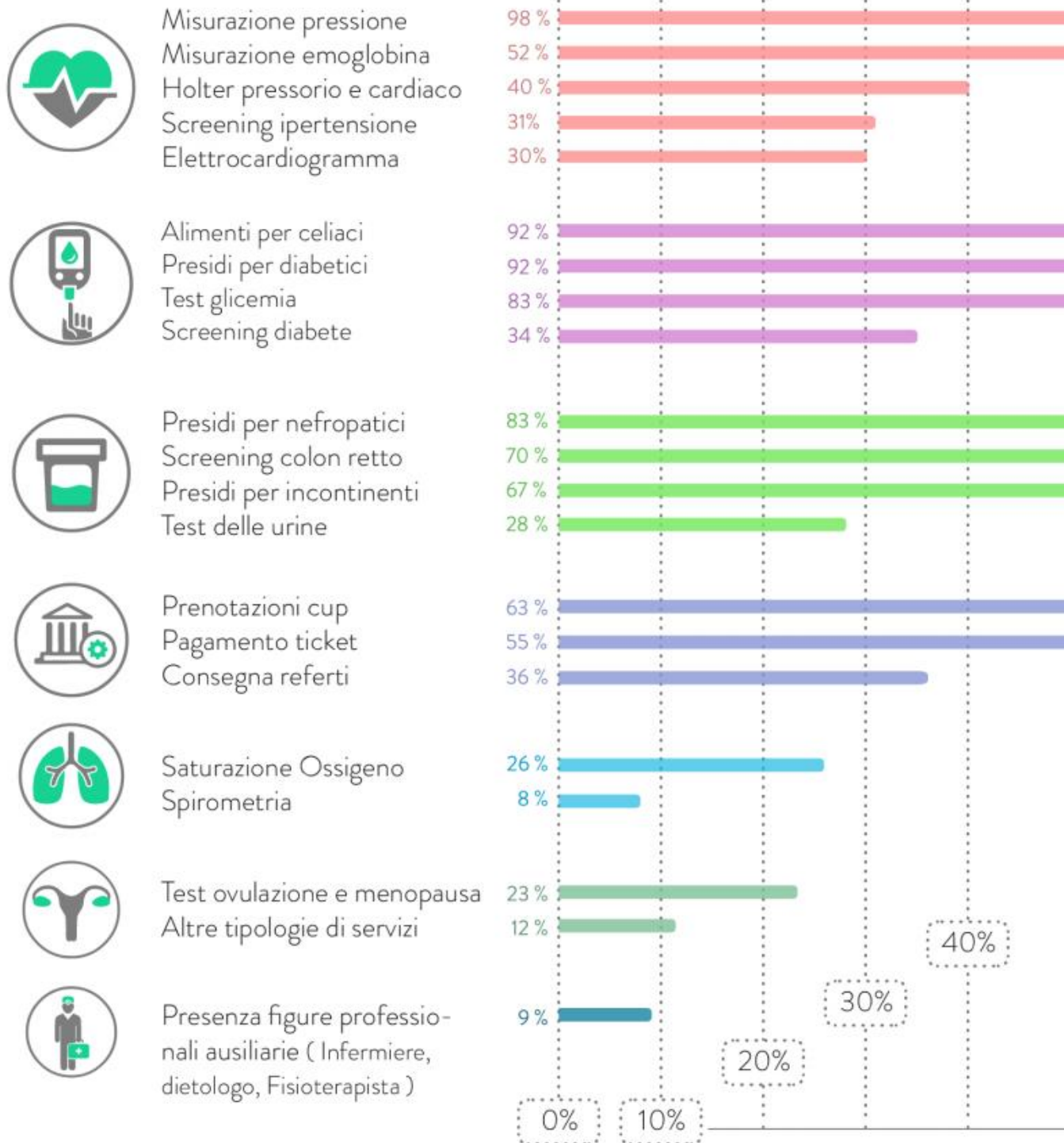


Analisi tramite interventi esterni

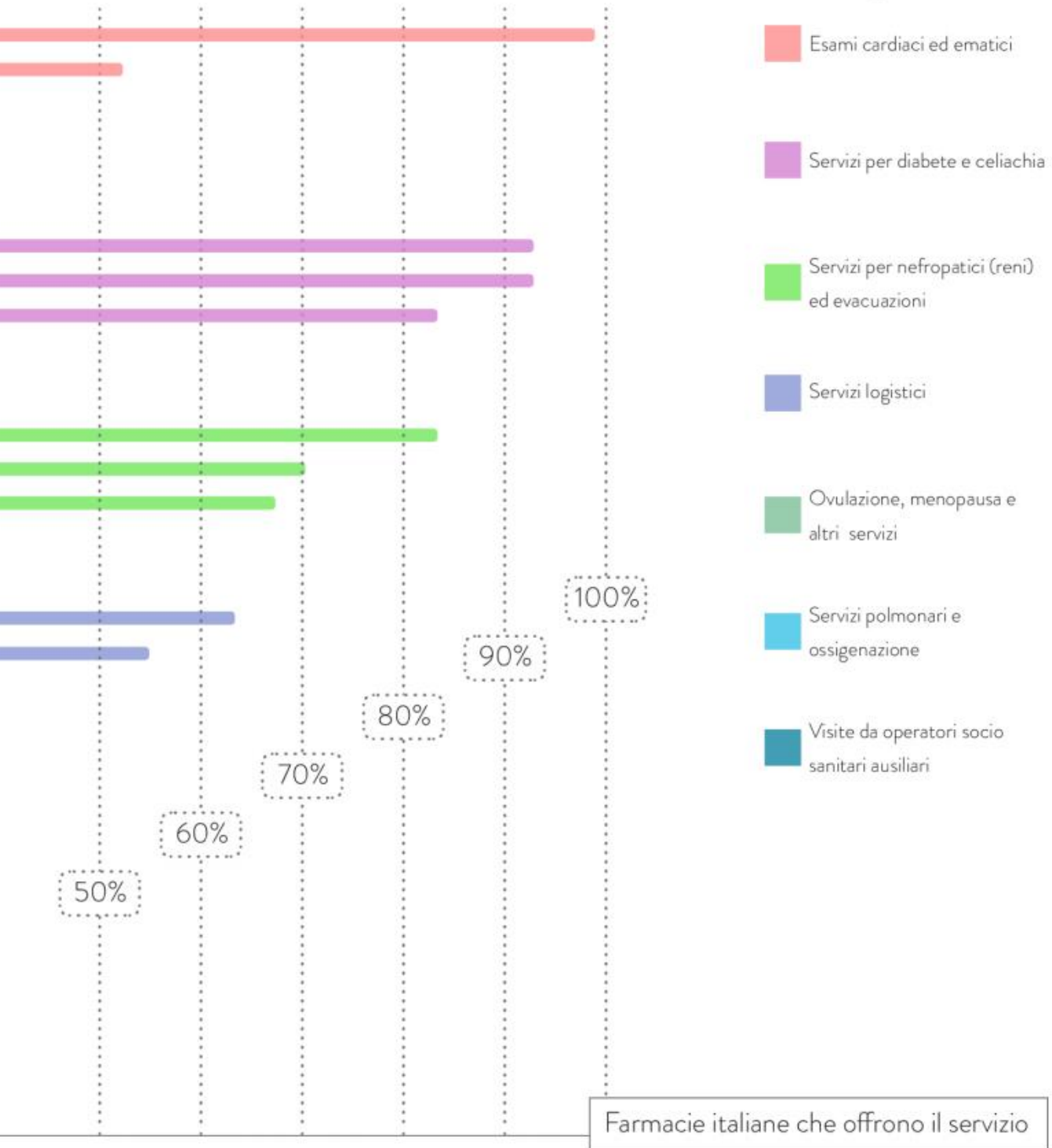
- Organizzazione e prenotazione
- Costi e tempistiche medio alti
- Alternative ad analisi specialistiche

DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI

Statistica percentuale indicante la distribuzione effettiva dei differenti servizi nelle farmacie nazionali.



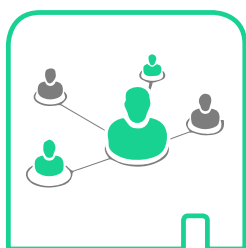
Legenda delle categorie dei servizi



MODELLI FUTURI IPOTIZZATI

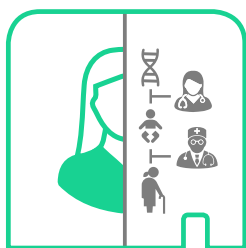
In base alle analisi del settore sono state formulate differenti conformazioni del sistema farmacia, delineando, in base al modello ipotizzato, aspetti e settori in evoluzione, trasformazione o implementazione.

La Farmacia...



...Sociale

- Funzione sociosanitaria assistenziale
- Rapporto umano e consulenza fiduciaria
- Sostegno etico e culturale, polo di confronto



...della persona

- Rapporto utente - farmacia - terapie altamente personalizzato sulla base delle caratteristiche storico genetiche dell'individuo
- Storia clinica interattiva con enti sanitari differenti



...casa della salute

- Polo informativo e di orientamento
- Funzioni educative su prevenzione, monitoraggio e abitudini salutari
- Cerca di sviluppare la consapevolezza verso l'autocura e la prevenzione dell'utente



Slow way

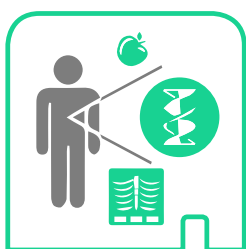


Fast way



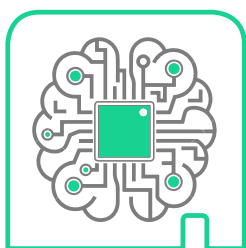
...Pick and Play

- Funzione commerciale predominante, con sistemi automatizzati di distribuzione e di certificazione di ricette e terapie inerenti



...Polifunzionale

- Nucleo di network di professionisti di diverse specializzazioni medico sanitarie
- Interconnessione di consulenze, diagnosi, terapie e monitoraggio dati tra le diverse figure



...Cibernetica

- Automazione ed intelligenza artificiale a sostegno degli utenti
- Analisi di dati ed esami automatizzata con possibilità di diagnosi predittive
- Consulenze e acquisti sostenuti da sistemi digitali processionali ed analitici



...Superstore

- Canale commerciale predominante con settori merceologici variegati e approfonditi
- Prodotti parafarmaceutici, veterinari, olistici, dietetici, tecnologici compresenti ai farmaceutici

Lo sviluppo di qualunque modello delineato è basato sul rafforzamento degli aspetti proprio della farmacia, quindi una spinta commerciale maggiore e una dimensione di accoglienza e consulto aumentata, a cui si interfaccia un più presente utilizzo di tecnologie, con canali operativi differenziati.

4

Modalità d'interazione e strumenti

Flussi di attività fast and slow way
Strumentazioni ausiliarie

Farmacia fast and slow way

AUTOMAZIONE E CONSULENZE

Diversificazione dei flussi di attività in base alle tempistiche e necessità dell'utente in relazione al personale e alla strumentazione presente.



Fast way

Operazioni veloci, senza necessità di assistenza da parte di un operatore durante il completo svolgimento.

Slow way

Sfera delle attività di consulto, assistenza e interazione con le figure professionali operanti nel presidio.



I servizi e i processi di vendita e consulto, oggi svolti quasi esclusivamente tramite intervento del farmacista, rientrano nelle attività di slow way e sono una parte fondamentale della presa in cura del cliente; l'integrazione di un sistema automatico, con stazioni predisposte, sia distributive che monitorali, offre un ulteriore ausilio per ottimizzare le tempistiche di utenti autonomi nel loro processo, offrendo la possibilità d'interazione con le telemedicina

espai d'atenció i consell



I FLUSSI DI ATTIVITÀ



FAST WAY

Operazioni veloci

I flussi di attività fast way comprendono le operazioni veloci con possibilità d'integrazione di tecnologia automatizzata per favorire il controllo e la velocità delle stesse. Tali meccaniche possono rivolgersi all'organizzazione interna della farmacia, a favore degli operatori presenti, o alle funzioni svolte dagli utenti che non necessitano di intervento del personale.



UTENTE

- Acquisti autonomi di prodotti da banco
- Ritiro, deposito e catalogazione referti e campioni
- Prenotazioni esami, consulenze e ordini farmacologici
- Aggiornamento del fascicolo sanitario elettronico e reperibilità di informazioni in portali dedicati
- Attività di screening veloce autonomo (esami di primo livello)



PERSONALE

- Automazione nel tracciamento e dispensazione dei farmaci
- Organizzazione e aggiornamento automatico di approvvigionamento e scadenze dei prodotti
- Maggior sicurezza nella cura del cliente attraverso consultazione del fascicolo sanitario elettronico
- Maggiore disponibilità di tempo per le consulenze, tempi e file d'attesa diminuiti



045 2321319

PHARMATHEK

Operatore Admin

F1 HOME

F2 CARICO

F3 MODIFICA

F4 SCARICO

F5 RICERCA



F6 IN CORSO

F7 MESSAGGI

F8 MANUTENZIONE



STATO MACCHINA

0 Ok in corso



OPERAZIONI IN CORSO

Tracce 1:



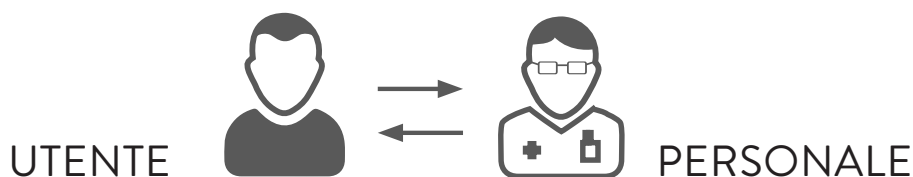
I FLUSSI DI ATTIVITÀ



SLOW WAY

Attività di consulenza

Le attività di slow way sono tutte le interazioni tra personale ed utenza. Comprendono attività di dialogo interpersonale e da remoto siano esse necessarie alle operazioni interne alla farmacia, come acquisti e consulti, o esterne al presidio, come consulti di aggiornamenti del percorso terapeutico e guida al percorso riabilitativo.



- Acquisti con necessità di consulenza
 - Diagnosi leggera
- Confronto per lettura di referti e guida terapeutica
 - Incontri di educazione e prevenzione
- Servizi con sedute specialistiche mirate
 - Sedute per supporto psicologico

In ausilio a tali attività una strumentazione digitale di catalogazione e di comunicazione virtuale consente il contatto da remoto per consulenze personali o interdisciplinare e la consultazione della storia clinico-farmacologica dell'utenza da parte del personale.



DISPOSITIVI E TECNOLOGIE AUSILIARIE NELLE FARMACIE

Indice dei dispositivi utilizzati nei presidi
farmaceutici italiani

Breve indice dei dispositivi utili per una futura
integrazione di funzioni ed elementi nella progettazione di
un sistema di distribuzione farmaceutico



La seguente breve raccolta di dispositivi e tecnologie accessorie utilizzate in diverse farmacie nel territorio italiano sono state incluse per l'attinenza di operatività e di elementi utili per la futura progettazione di un dispositivo di distribuzione automatico, sono esclusi i dispositivi e i macchinari inerenti i servizi di screening e gli hardware basici come computer, monitor, banner pubblicitari digitali, lettori di carte da banco, scanner manuali di codici a bar e gli ormai diffusi termometri ad infrarossi.



15735
TOTAL STOCK

ERP

OK



21
PACKAGES STORED

Active orders

3



36
RELEASED PACKAGES

Active lines

- Aspirin Protect 300mg (05387268)
0/1 - AGS 1, 01:00:00 Waits
- Aspirin Protect 100mg (06706155)
0/2 - AGS 1, 10:24:06 Waits
- Tamcardin Complex (02522470)
0/1 - AGS 1, 10:24:11 Waits



4,2
ITEMS PER PRODUCT

317

EXPIRY < 3 MONTHS

Live video



Playing

Grade of filling history



Man

System

?

Help

TIPOLOGIE DI DISPOSITIVI AUSILIARI



MAGAZZINO AUTOMATIZZATO

Il magazzino automatico è un sistema multiplo di dispositivi, configurati secondo un sistema a cabina chiusa con software di gestione e coordinazione di differenti elementi mobili di trasporto e di carico con relativi scanner di prodotti, che consente di sostituire la configurazione comune di magazzino farmacologico a deposito e tracciamento manuale di un presidio con un modello automatizzato con capacità di carico del prodotto, riconoscimento digitale della tipologia del farmaco trattato, data di scadenza e relativi codici di riconoscibilità e tracciabilità, e capacità di trasporto tramite canali di scorrimento al bancone del farmacista.

Tale strumentazione consente un risparmio di tempo elevato e una riduzione delle attività di approvvigionamento e rifornimento del locale, la tracciabilità digitale automatica elimina gli spostamenti e le ricerche normalmente necessarie al personale per distribuire un prodotto al cliente ed inoltre registra la quantità delle categorie farmacologiche con le relative date di scadenza, consentendo un automatismo negli ordini di rifornimento all'ingrosso.

La bassa adattabilità spaziale, l'alto investimento per l'applicazione del magazzino e la necessità di preparazione e aggiornamento del personale al software gestionale limitano fortemente la diffusione di tale strumento, limitato a poche farmacie urbane.

Canali di trasporto al banco farmaceutico



Robot interno di selezione e carico del prodotto



Cabina del magazzino ed hardware gestionale



TIPOLOGIE DI DISPOSITIVI DIGITALI AUSILIARI



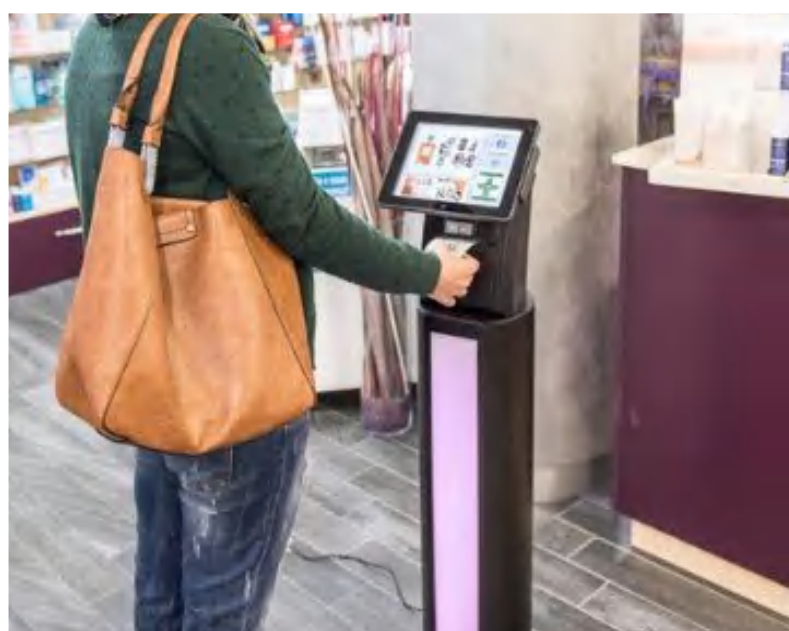
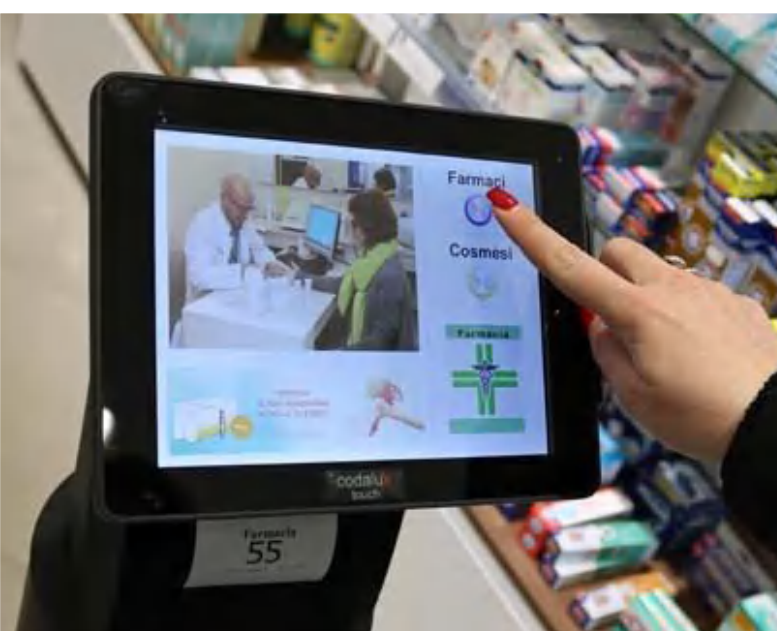
TOTEM ELIMINACODE

I totem eliminacode sono piedistalli interattivi che consentono di prenotare il proprio turno, le proprie operazioni al raggiungimento del proprio turno o di effettuare acquisti e prenotazioni in modalità anticipatoria rispetto all'interazione con il personale di servizio.

Tali sistemi sono comunemente diffusi in locali commerciali e amministrazioni pubbliche, un esempio i totem eliminacode delle Poste Italiane.

In seguito all'aumento dei periodi di coda obbligatoria instauratasi con la pandemia si sono diffusi in molteplici ambiti, tra cui i locali farmaceutici, alcuni di questi consentono solamente una prenotazione di turno, altri permettono di effettuare prenotazioni di servizi del cup, prenotazioni di servizi di screening e acquisti di categorie di prodotti esposti esternamente al banco farmaceutico.

Il sistema eliminacode è composto principalmente da un totem interattivo a fruizione pubblica nel locale, schermo di visualizzazione dei turni e sistema gestionale a banco per il proseguimento dei turni.



TIPOLOGIE DI DISPOSITIVI DIGITALI AUSILIARI



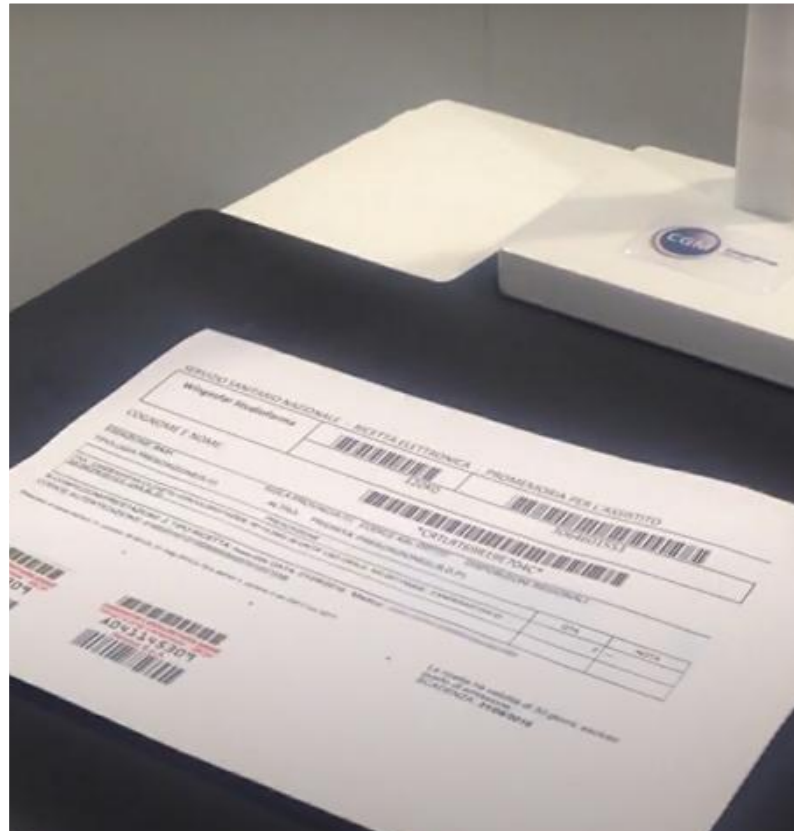
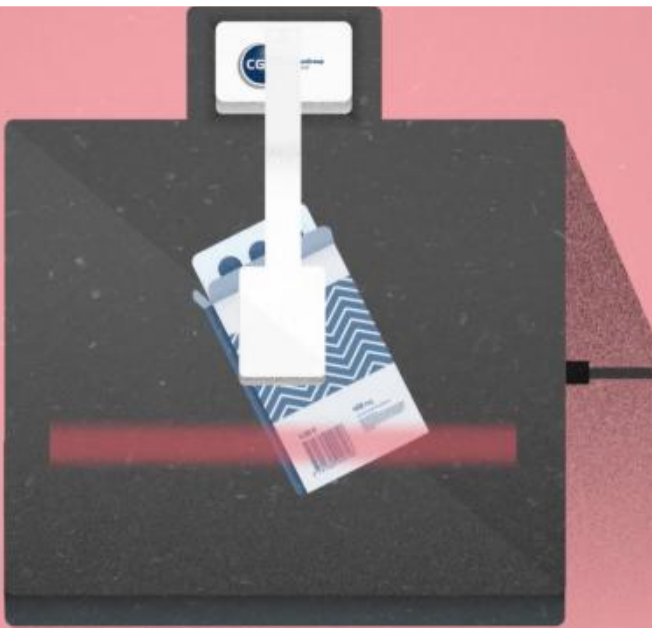
SCANNER DI RICETTE AUTOMATICO

Gli scanner farmaceutici con lettura automatizzata hanno la funzione di lettura di ricette mediche e prodotti per analizzare sia i codici di prodotto che di ordinazione, normalmente scannerizzati con il lettore manuale, sia i dati relativi integrativi alla prescrizione programmando e catalogando automaticamente il prodotto relativo alla ricetta, consentendo una compilazione automatica di dati burocratici di vendita e di conferma di acquisto del cliente con relativo scanner di tessere sanitarie e fidelity card.

Tali scanner consentono di eliminare la necessità di scannerizzazione manuale di ricette e prodotti, compilano automaticamente le sezioni burocratiche relative alla vendita in determinati software gestionali, scannerizzano i codici cliente tramite tessere sanitarie e fidelity relative all'acquisto e scannerizzano automaticamente i codici prodotti con relativo inserimento della conferma di acquisto in relazione alla corrispondenza con la ricetta precedentemente letta.

Il sistema è composto da una telecamera hd ed il relativo software strutturata su piedistallo ed un tappetino di appoggio.

Tali strumenti ampliano le possibilità di automazione in future strumentazioni di vendita automatizzata, la possibilità di lettura, compilazione automatica e controllo dei relativi prodotti offrono elementi fondamentali e necessari di controllo e di certificazione nel caso di vendita di prodotti da banco e con obbligo di prescrizione.



TIPOLOGIE DI DISPOSITIVI DIGITALI AUSILIARI



ETICHETTE ELETTRONICHE

I sistemi di etichettatura elettronica, definiti anche ESL (eletronic shelf label), sono diffusi in reparti commerciali di diversa natura e sono stati implementati nei locali farmaceutici.

Le etichette elettroniche sono principalmente composte da un paper screen (schermo senza retroilluminazione), una batteria con una durata media di 4 anni, un ricevitore wifi, per configurarsi tramite rete internet, un modulo bluetooth, per collegamento wireless, ed un sistema di aggancio o appoggio.

Una configurazione digitale dell'etichettatura del locale, oltre a fornire una visione veloce e sicura al cliente, ottimizza l'operatività del personale con le pratiche di aggiornamento, di prezzatura e di esposizione dei prodotti; inoltre la possibilità di esporre rapidamente e in modo flessibile codici QR e codici a barre offre al pubblico la possibilità di acquisire informazioni sul prodotto tramite collegamento smartphone, e al sistema del locale la possibilità di sincronizzare strumentazioni con scanner e tracciamento di tali etichette.



TIPOLOGIE DI DISPOSITIVI DIGITALI AUSILIARI



DEPOSITO DI PRODOTTI ELETTRONICO

I sistemi di depositi elettronici esterni ai locali, definiti anche Locker, sono apparati elettronici costituiti da vani di deposito con sistema di blocco, in cui è possibile deporre da parte del farmacista i prodotti acquistati o prenotati dai clienti da remoto, questi attraverso applicazioni da mobile o codici ricevuti tramite sms possono sbloccare lo sportello dedicato al proprio ordine e ricevere il prodotto, in alcuni modelli di Locker è possibile effettuare il pagamento direttamente in loco prima di ritirare il prodotto.

Questi sistemi sono composti essenzialmente da cassette di deposito, schermo touchscreen interattivo, lettori di carte di pagamento e di tessera sanitaria, tastierino numerico e stampante di ricevute.

Le possibilità di ritiro veloce offerte da tali depositi sono state incentivate dalle modalità nel periodo pandemico, ottimizzano gli acquisti per utenti con orari differenti da quello di servizio del locale, riducono i tempi di ritiro e limitano gli utenti in fila per tali operazioni, mantenendo la sicurezza offerta direttamente dai presidi rispetto agli acquisti online.

I depositi elettronici rappresentano un'evoluzione delle farmacie verso attività di drive to store e di operatività omnichannel, relazionando la sfera di acquisti fisici ad operazioni smart digitali.



TIPOLOGIE DI DISPOSITIVI DIGITALI AUSILIARI



DISTRIBUTORI AUTOMATICI

I distributori automatici sono apparecchiature ampiamente diffuse nelle attività alimentari e legate alla tabaccheria, sono state implementate nei locali farmaceutici per offrire la possibilità di vendita automatizzata di prodotti di libero commercio nella sfera farmaceutica, sono quindi esclusi i farmaci di qualsiasi natura. Solitamente la maggior parte dei prodotti presenti in tali distributori appartengono alla sfera sessuale, all'igiene personale, all'estetica ed elementi di automedicazione, raramente sono presenti integratori o kit di autodiagnosi.

I dispenser sono comunemente organizzati secondo uno schema scatolare a deposito, con un contenitore a piani sagomati contenente i prodotti, un sistema di spinta o di traslazione per spostamento e selezione dell'acquisto, un sistema a caduta o di accompagnamento al vano di estrazione, schermo antifurto per consentire la visibilità dei prodotti e mantenere una sicurezza adeguata contro manomissioni ed una plancia d'interazione, con tastierino numerico, lettore di carte di pagamento e schermo.

La produttività degli attuali modelli di distributori è esigua nella maggior parte dei locali, principalmente a causa della varietà limitata dei prodotti esposti, solitamente categorie commercialmente ausiliarie con poca domanda di urgenza e di acquisto.



TIPOLOGIE DI DISPOSITIVI DIGITALI AUSILIARI



DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI PRODOTTI DPI

Con la diffusione della pandemia e la conversione di aziende ed industrie verso un adattamento alle necessità del periodo, sono nate tipologie di distributori automatici specializzati nella vendita di prodotti di protezione individuale e igienizzanti legati al contenimento del Sars-Cov-2.

Tali tipologie di dispenser sono strutturati come i distributori automatici già presenti sul territorio, con struttura con ripiani di deposito, sistemi di spinta, cassetto di raccolta e plancia d'interazione per gli acquisti; la struttura è adattata principalmente nella grandezza dei vani di deposito e dei sistemi a spinta per permettere una distribuzione calibrata alle dimensioni delle mascherine e degli igienizzanti.

I distributori di dpi (dispositivi di protezione individuale) sono stati localizzati in differenti location pubbliche, dagli aeroporti alle sale d'ingresso di attività industriali e commerciali.



5

Crisi socio-sanitarie, pandemia e farmacia. Nuove necessità

Analisi territoriale nazionale tramite questionario

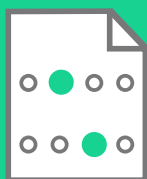
I cambiamenti nell'assetto sociale

Pandemia, i nuovi comportamenti e le interazioni

Analisi interattiva

QUESTIONARIO DI ANALISI. LE FARMACIE NEL PERIODO PANDEMICO

Indagine sui mutamenti socio economici della popolazione e sulle proiezioni di evoluzione del sistema di vendita dei presidi farmaceutici



Questionario di analisi

Indagine ad ampio raggio con sistema di compilazione digitale a risposta graduata sui mutamenti sociali e comportamentali nei presidi farmaceutici.

Ricerca effettuata tramite compilazione di un questionario interattivo proposto a circa 500 differenti farmacie del territorio italiano, con un ritorno di circa 80 risposte compilate. Lo scopo di tale ricerca è acquisire la visione e la percezione del personale operante riguardo i mutamenti provocati dalla pandemia e le conseguenti evoluzioni. Sono state analizzate le trasformazioni degli utenti, della vendita e distribuzione di farmaci, dell'erogazione dei servizi di screening e la possibile implementazione di modalità di vendita indipendente.

QUESTIONARIO

clusivamente per uso personale, con finalità di realizzazione di un target di prodotto auto-
o in farmacia.
o inviato il questionario e del personale
se da qualsiasi forma di diffusione; se si
consensi per essere citati nella tesi come
e contribuito all'indagine.

merica in cui gli estremi rappresen-
tentano la forza della tendenza.

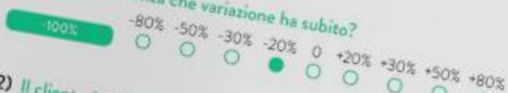
consulto

CONSULTO

NUOVI COMPORTAMENTI DEGLI UTENTI

Il confronto delle domande seguenti si riferisce al rapporto del periodo attuale con il periodo pre pandemia.

1) Il flusso di utenza che variazione ha subito?



2) Il cliente è più autonomo o richiede maggior consulto del farmacista?



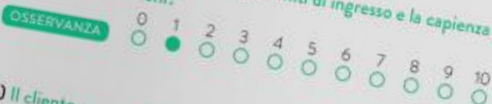
3) Il cliente ha maggior fretta di essere servito o trascorre maggior tempo interagendo con il farmacista?



4) Il cliente risulta più informato, sicuro e consapevole del proprio piano o necessita di maggiore sorveglianza?



5) Il cliente osserva fermamente i limiti di ingresso e la capienza massima o ignora tali indicazioni?



6) Il cliente osserva le norme di distanziamento nel locale o le ignora?



7) Il cliente esprime disagio in presenza di altre persone nell'atteggiamento di naturalezza?



Pag 1 di 5

LA TRASFORMAZIONE PROVOCATA DALLA PANDEMIA E LE NUOVE NECESSITÀ DELLE FARMACIE

Questionario di analisi sulle farmacie italiane nel periodo di diffusione della pandemia da Sars-Cov-2.
Maggio 2021



Damiano Tegazi - Questionario di ricerca
Tesi triennale in Design Industriale ed Ambientale
Scuola di Ateneo Architettura e Design di Ascoli Piceno
Università di Camerino

LA TRASFORMAZIONE PROVOCATA DALLA PANDEMIA E LE NUOVE NECESSITÀ DELLE FARMACIE

Questionario di analisi sulle farmacie italiane nel
periodo di diffusione della pandemia da Sars-Cov-2.

Maggio 2021



Damiano Tegazi - Questionario di ricerca
Tesi triennale in Disegno Industriale ed Ambientale
Scuola di Ateneo Architettura e Design di Ascoli Piceno
Università di Camerino

■ FINALITÀ DEL QUESTIONARIO

Il seguente questionario è realizzato esclusivamente per uso personale, con finalità d'indagine territoriale per ausilio alla focalizzazione di un target di prodotto automatizzato che possa essere implementato in farmacia.

Le informazioni della farmacia a cui è stato inviato il questionario e del personale che lo conduce sono implicitamente escluse da qualsiasi forma di diffusione; se si desidera nell'ultima pagina sono presenti i consensi per essere citati nella tesi come ente o persona fisica che hanno partecipato e contribuito all'indagine.

■ COMPILAZIONE

La modalità di risposta si basa su valori a scala numerica in cui gli estremi rappresentano tendenze differenti definite e i valori rappresentano la forza della tendenza.

Per indicare la risposta desiderata cliccare sul pallino corrispondente.

Domanda di prova

Il cliente è più propenso ad un acquisto in autonomia o richiede maggior consulto del farmacista ?

AUTONOMIA

0



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



CONSULTO

RINGRAZIO IN ANTICIPO
PER LA VOSTRA
PARTECIPAZIONE IN
QUESTA ANALISI E PER
L'IMPEGNO ED IL TEMPO
DEDICATIVI.

Qualsiasi forma di compilazione è ben accetta, sia essa parziale e veloce o completa e dettagliata fornisce un aiuto valido alla tesi, con la speranza di realizzare un progetto utile ai cittadini, alle strutture farmaceutiche e alle figure professionali che vi partecipano.

Damiano Tegazi

NUOVI COMPORTAMENTI DEGLI UTENTI

Il confronto delle domande seguenti si riferisce al rapporto del periodo attuale con il periodo pre pandemia.

1) Il flusso di utenza che variazione ha subito?

-100% -80% -50% -30% -20% 0 +20% +30% +50% +80% +100%

2) Il cliente è più autonomo o richiede maggior consulto del farmacista?

AUTONOMIA 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 CONSULTO

3) Il cliente ha maggior fretta di essere servito o trascorre maggior tempo interagendo con il farmacista?

FRETTA 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 CONSULTO

4) Il cliente risulta più informato, sicuro e consapevole del proprio piano terapeutico o necessita di maggiore sorveglianza?

SICUREZZA 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SORVEGLIANZA

5) Il cliente osserva fermamente i limiti di ingresso e la capienza massima del locale o ignora tali indicazioni?

OSSERVANZA 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 INADEMPIENZA

6) Il cliente osserva le norme di distanziamento nel locale o le ignora?

OSSERVANZA 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 INADEMPIENZA

7) Il cliente esprime disagio in presenza di altre persone nel locale o mantiene un atteggiamento di naturalezza?

DISAGIO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NATURALEZZA

8) Il cliente interagisce con il locale con atteggiamenti di titubanza o esplora ed ispeziona le offerte presenti in naturalezza?

TITUBANZA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NATURALEZZA
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

9) Il cliente ha acquisito più competenze digitali nel rapporto con la farmacia o prevalgono le modalità d'interazione analogiche e fisiche?

DIGITALE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	ANALOGICO
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

10) La vendita e il servizio a domicilio vengono richiesti da una sfera di popolazione più ampia o rimangono maggiormente richiesti da utenti fragili?

POPOLAZIONE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	UTENTI FRAGILI
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

11) Il cliente ha utilizzato maggiormente i servizi di screening proposti dalla farmacia o si è mantenuta una netta maggioranza dell'area commerciale?

SERVIZI	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	COMMERCIO
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

DISTRIBUZIONE ED ACQUISTI

1) La farmacia utilizza sistemi di vendita automatizzati? ...

SI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	NO
----	-----------------------	-----------------------	----

.. nel caso di risposta negativa, è favorevole ad un implementazione di tali sistemi?

SI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	NO
----	-----------------------	-----------------------	----

.. nel caso di risposta positiva, il sistema produce una reddito adeguata?

SI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	NO
----	-----------------------	-----------------------	----

2) La farmacia utilizza monitor e banner digitali interattivi? ...

SI NO

...nel caso di risposta negativa, è favorevole ad un implementazione degli stessi?

SI NO

3) La farmacia utilizza il magazzino automatizzato?

SI NO

...nel caso di risposta negativa, è favorevole ad un implementazione dello stesso?

SI NO

4) Di quanto è variata circa la percentuale di spesa media della clientela?

-100% -80 -50 -30 -20 -10 0 +10 +20 +30 +50 +80 +100%

5) Il rapporto tra farmaci e prodotti igienico sanitari, comprese mascherine ed igienizzanti, che deviazione ha subito in percentuale?

IGIENE E SANITÀ +80% +50% +30% +20% 0 +20% +30% +50% +80% FARMACI

6) L'acquisto da parte della clientela di farmaci e prodotti per urgenze ed emergenze mediche è esiguo o ricorrente?

ESIGUO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 RICORRENTE

7) La domanda di acquisto di prodotti galenici, fitoterapici ed olistici è esigua o elevata?

ESIGUO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ELEVATA

I SERVIZI

1) I servizi di screening svolti si sono incentrati nel monitoraggio respiratorio, o a sintomatologia strettamente correlata al COVID-19, o sono rimasti differenziati ?

SINTOMI COVID-19 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **DIFFERENZIAMENTO**

2) L'esecuzione di servizi di screening che variazione percentuale ha subito?

- 100 % -80 -50 -30 -20 -10 0 +10 +20 +30 +50 +80 **+ 100 %**

3) Il cliente richiede i servizi di screening a scopo di monitoraggio preventivo o li richiede in casi di emergenza, urgenze o sintomatologia di allerta?

PREVENZIONE 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **URGENZA**

4) Ritieni inadeguato od ottimale il sistema attuale di erogazione ed esecuzione dei servizi?

INADEGUATO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **OTTIMALE**

5) Ritieni sia utile e realizzabile o inefficace un sistema automatizzato di screening non invasivo per fornire una soluzione ad eventi epidemiologici o un monitoraggio specifico alla popolazione?

REALIZZABILE 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **INEFFICACE**

INTEGRAZIONE ALLA VENDITA

La possibilità di vendita automatizzata di farmaci è ipotizzata in prospettiva di un aggiornamento del decreto legge vigente che ne consenta l'esecuzione.

1) **Gli acquisti online da parte dei clienti quanta variazione hanno subito?**

-100% -80 -50 -30 -20 -10 0 +10 +20 +30 +50 +80 +100%

2) **Ritiene pericoloso o sicuro offrire ai clienti automazione ed autonomia nell'acquisto di farmaci, da banco e non?**

PERICOLOSO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SICURO

3) **Ritiene pericoloso o sicuro offrire ai clienti la possibilità di acquisto di farmaci e prodotti per emergenze mediche?**

PERICOLOSO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SICURO

4) **Ritiene che fornire la possibilità di acquisto automatizzato, considerando le norme anticontagio vigenti e possibili scenari futuri ricorrenti, possa contribuire alla sicurezza del locale e dei clienti o tale apporto sarebbe esiguo?**

ESIGUO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SICUREZZA

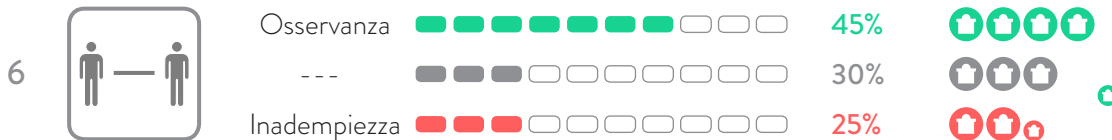
5) **Ipotizzando un sistema d'immagazzinamento per i prodotti del distributore automatico ritiene più funzionale una configurazione con contenitori a deposito, quindi un sistema analogo ai distributori presenti sul mercato, o una configurazione con sistema mobile di tracciamento digitale e trasporto dei prodotti nel locale e nel magazzino?**

DEPOSITO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 TRACCIAMENTO

LETTURA DEI RISULTATI

Di seguito è riportato il sunto del risultato dell'indagine, secondo macrosezioni, come l'analisi dell'utenza, e i relativi fattori analizzati composti, qui sotto un esempio:

Utenza osservante delle norme di distanziamento nel locale o inadempiente



Oltre all'icona e al titolo che descrive il tema della domanda trattata, sono rappresentate delle fasce di intensità con le relative risposte:



Queste fasce indicano la predominanza e l'intensità del risultato corrispondente. A destra si rintracciano le percentuali dei presidi che rispettano la risposta corrispondente, indicate anche graficamente.



Nell'esempio superiore il 45% dei presidi rintracciano comportamenti dei clienti fortemente rispettosi del distanziamento personale, il 30% non ritiene particolare o influente la differenza di comportamento ed il 25% nota una leggera inadempienza del distanziamento.

ANALISI DEGLI UTENTI



Sezione ANALISI DEGLI UTENTI Risultati del questionario interattivo sulle farmacie italiane nel periodo pandemico.

Intensità

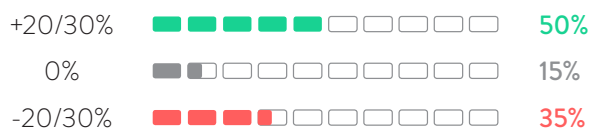


Presidi %



1

Variazione del flusso di utenza

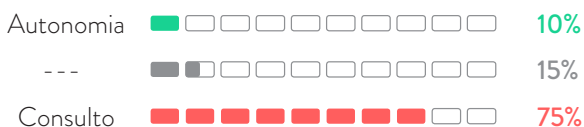


Aumento del 20/30% dell'utenza media

La variazione della clientela non è uniforme, principalmente si assiste ad un aumento nella metà dei presidi del 20/30%.

2

Tendenza all'autonomia o al consulto del farmacista

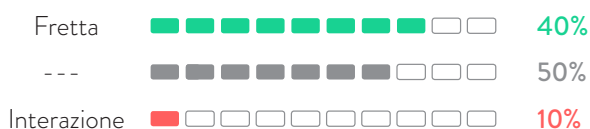


Consulto predominante

La maggioranza delle farmacie riscontra una forte tendenza all'ausilio da parte del personale, condizione influenzata anche dalla mancanza di interazione con il locale.

3

Tendenza alla fretta o a maggior tempo di interazione



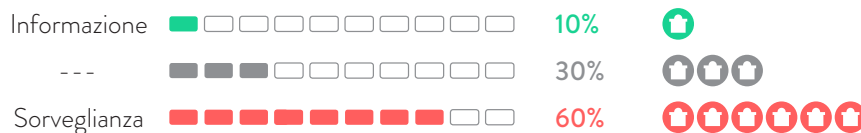
Fretta predominante

In contrapposizione al dato precedente si riscontra una tendenza dei clienti ad esecuzioni veloci con meno stimolo di interazione con il personale.

ANALISI DEGLI UTENTI



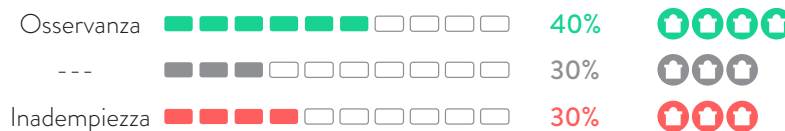
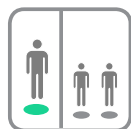
4 Utenza più informata o necessitante di sorveglianza per il proprio piano terapeutico



Maggiore Sorveglianza

Predominanza di percezione da parte dei farmacisti di necessita di assistenza informativa e di controllo del piano terapeutico dei clienti.

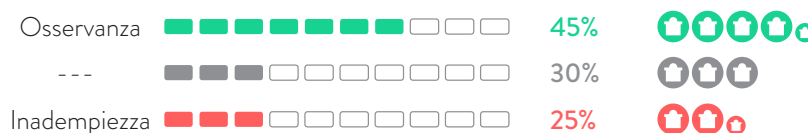
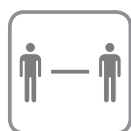
5 Utenza osservante delle norme di affluenza del locale o inadempiente



Rispetto dei limiti del locale lieve

Il rispetto dei limiti del locale e dell'affluenza è diversificato, con una maggioranza di tendenza al rispetto delle norme. Dato importante, il numero di presidi in cui tali limiti vengono ignorati sono elevati, quasi 1/3 degli intervistati.

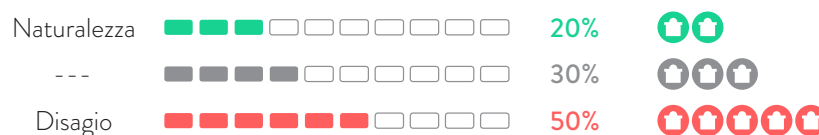
6 Utenza osservante delle norme di distanziamento nel locale o inadempiente



Rispetto del distanziamento sufficiente

Maggiore attenzione viene posta al mantenimento delle distanze di sicurezza, con un elevata predominanza di utenza osservante il distanziamento. Presenza di un numero medio alto di interazioni inadempienti in 1/5 dei presidi.

7 Predominanza di atteggiamenti di naturalezza o di disagio nei clienti in presenza di altre persone nel locale

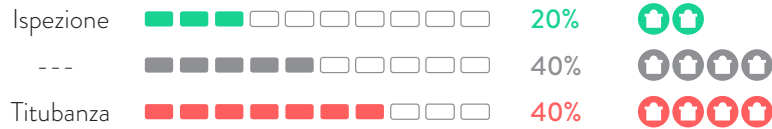


Prevalenza di atteggiamenti di disagio in presenza

Gli atteggiamenti degli utenti percepiti dal personale sono tendenti al disagio, all'allerta e alla prudenza in presenza altrui nel locale.

8

Interazione ed esplorazione dei prodotti nel locale o titubanza nella clientela

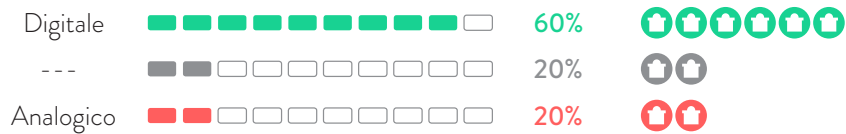


Interazione con il locale limitata

Una parte significativa dei locali riscontra una forte mancanza di interazione dell'utenza con il locale ed i prodotti esposti

9

Acquisizione ed uso di operatività digitale o predominanza di analogicità



Acquisizione ed utilizzo di operatività digitale

In contrasto con la necessità di maggior consulto con il personale, l'utenza ha assunto una competenza predominante di attività digitali, sia di acquisto e prenotazione di prodotti, sia di richiesta di servizi.

10

Richiesta di servizi domiciliari da una sfera di popolazione maggiore o limitati agli utenti fragili

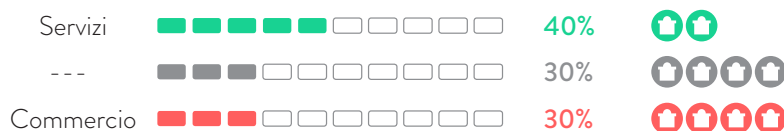


Aumento di richieste di servizi domiciliari

I servizi di consegna e di assistenza domiciliare sono richiesti da fasce di utenza maggiori oltre che da utenti fragili, segnale di trasformazione di interazione territoriale da parte della popolazione.

11

Rapporto di domanda di servizi di screening ed operazioni commerciali



Lieve aumento dei servizi di screening

La domanda dei servizi di controllo in farmacia ha subito un incremento rispetto al periodo pre pandemico, sintomo della crisi sanitaria nazionale e dalla successiva dislocazione delle visite leggere.

DISTRIBUZIONE



Sezione DISTRIBUZIONE E ACQUISTI

Risultati del questionario interattivo sulle farmacie italiane nel periodo pandemico.

1

Utilizzo di distributori automatici



Si



35%



Reddito adeguato
del distributore
automatico?

Si



25%

No



75%

No



65%



Propensione
ad una futura
implementazione?

Si



40%

No



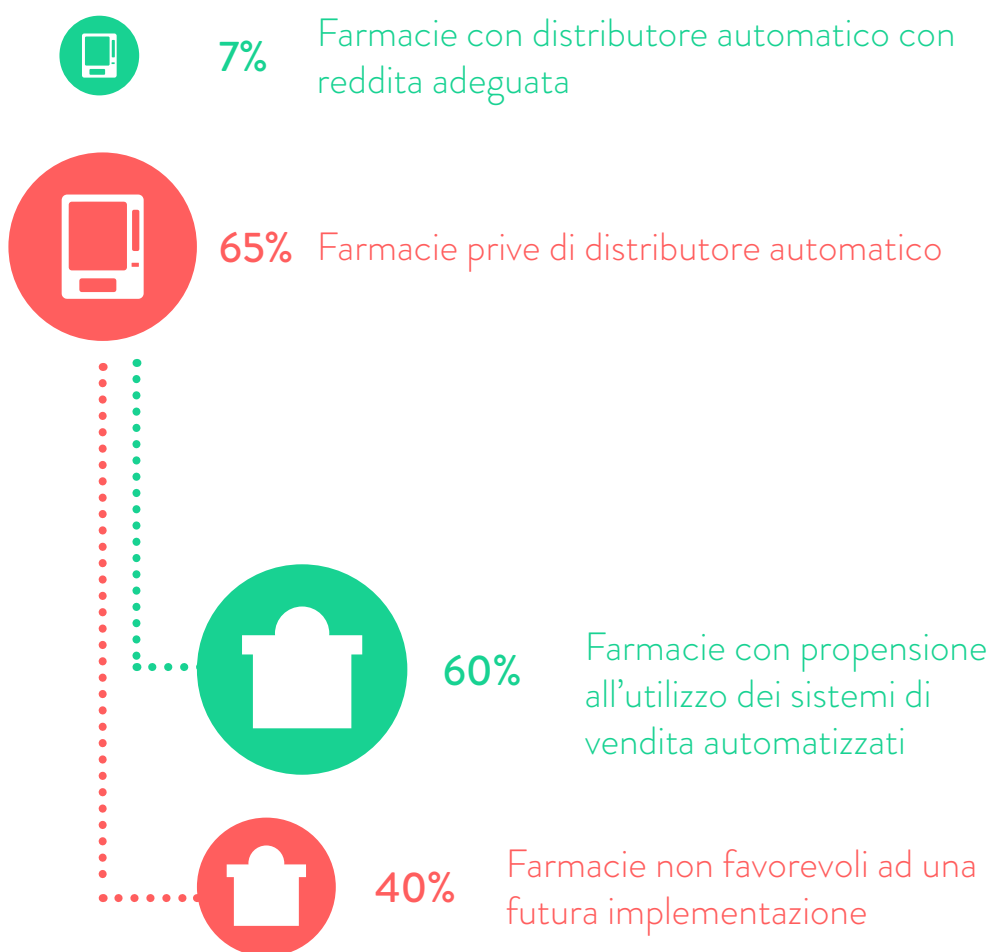
60%

Strutturazione del sistema di distribuzione automatica insufficiente

Dall'analisi si evidenzia un elevato numero di presidi che non utilizzano un sistema di vendita automatizzata se pur con una buona percentuale di propensione all'implementazione futura dello stesso.

La percentuale dei presidi dotati di tali sistemi, ad oggi seguente un rapporto di 1 ogni 3 farmacie, tende ad un futuro mutamento a favore di un'implementazione, considerando infatti le farmacie propense a tale adozione si riscontra una percentuale di adozione del 60% contro il 35% odierno.

La necessità di evoluzione di tali sistemi viene già segnalata dalla scarsa produttività degli stessi, essendo profittevoli solamente in una percentuale minima del 25% circa, e si riscontra maggiormente in una visione di adozione diffusa nella propensione futura appena citata.



DISTRIBUZIONE



Sezione DISTRIBUZIONE E ACQUISTI

Risultati del questionario interattivo sulle farmacie italiane nel periodo pandemico.

2

Utilizzo di banner e monitor digitali interattivi



Si



30%



No



70%



Propensione ad una futura implementazione?

Si



60%

No



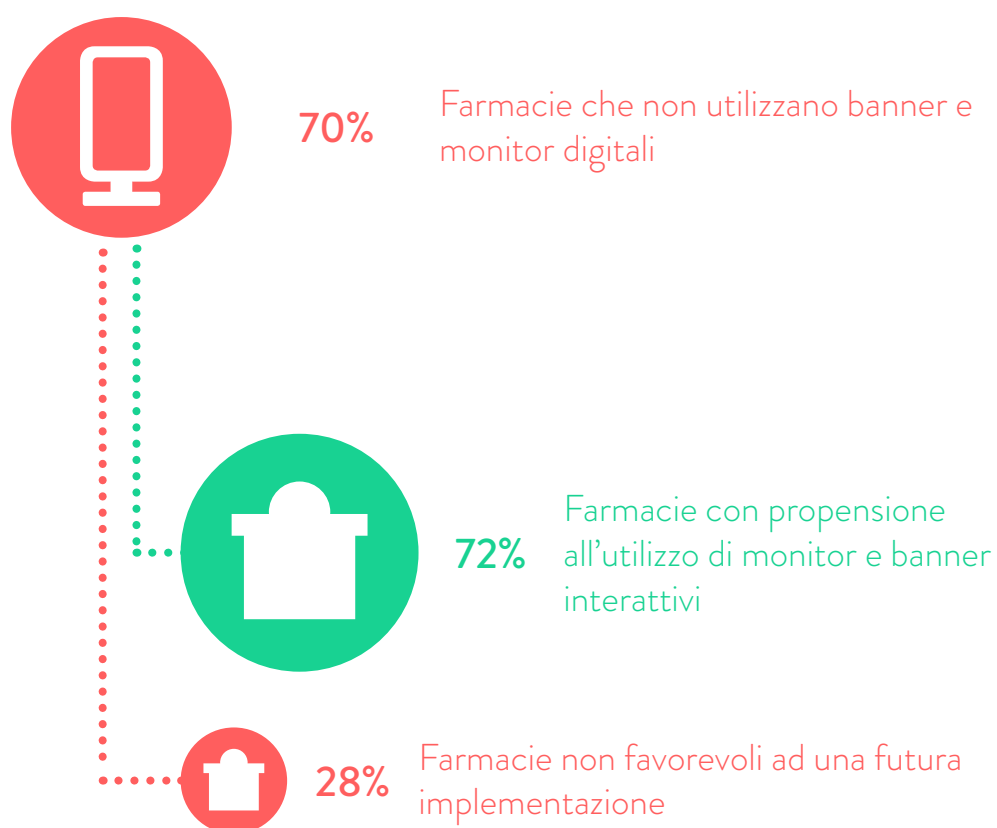
40%

Interesse elevato per sistemi interattivi digitali

Il numero di presidi dotati di banner e monitor digitali interattivi risulta esiguo, circa 1 su 3, se pur con un'elevata propensione all'implementazione degli stessi.

Risulta infatti che l'attuale proporzione di dotazioni nelle farmacie di tali dispositivi ha una tendenza di adozione elevata, considerando la propensione futura si evidenzia una prospettiva di presidi che offrono tale interattività superiore al 70% del totale, contro il 30% di locali non disposti ad offrire tale servizi.

Tale segnale simboleggia una forte tendenza di acquisizione ed offerta di operatività digitale da parte delle farmacie, utile per i locali per un aumento di comunicazione ed informazione sulla propria attività, sui propri servizi e sull'organizzazione di eventi e giornate di educazione.



DISTRIBUZIONE



Sezione DISTRIBUZIONE E ACQUISTI

Risultati del questionario interattivo sulle farmacie italiane nel periodo pandemico.

3

Utilizzo del magazzino automatico



Si



20%



No



80%



Propensione ad una futura implementazione?

Si



25%

No



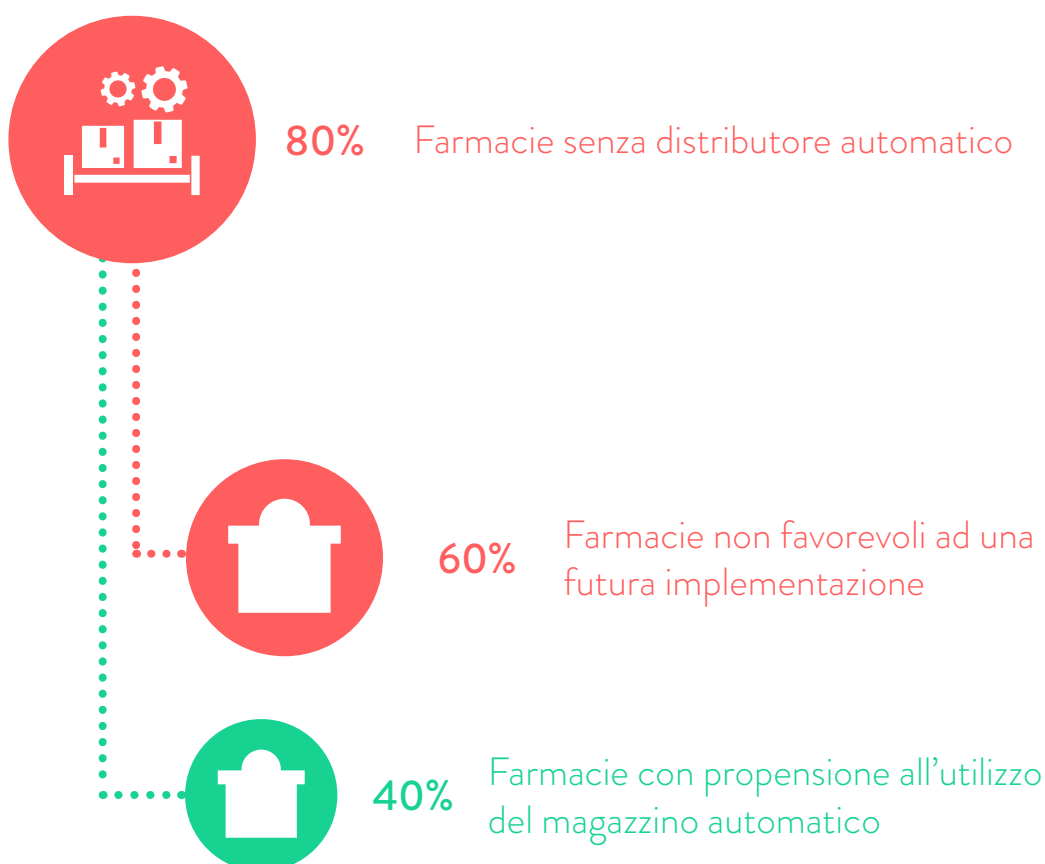
75%

Interesse per il magazzino automatico esiguo

Il sistema automatizzato di immagazzinamento e tracciamento delle scorte farmaceutiche è presente in un limitato numero di presidi, solamente 1 su 5.

Alcune possibili cause di una bassa adozione sono le difficoltà di adattamento a tali strumentazioni in termini di spazialità e conformità dei locali, l'elevato investimento mancante di una produttività economica diretta (a favore di una produttività logistica e monitoriale) e la limitata diffusione di soluzioni sul mercato, mancanza che limita la capacità di adozione in base alle esigenze commerciali e di approvvigionamento del locale.

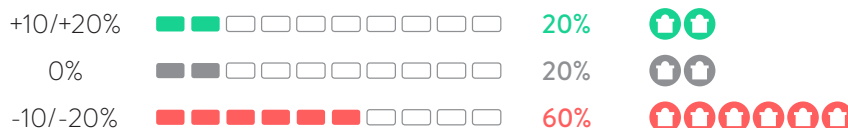
La propensione ad una futura implementazione non risulta predominante, in una visione ottimale la percentuale di presidi che accoglieranno tale sistema si assesta intorno al 40% contro il 60% di locali non favorevoli o non idonei a tale soluzione.



DISTRIBUZIONE



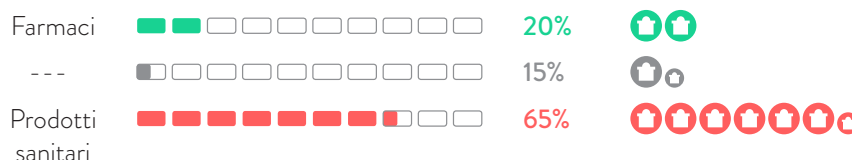
4 Variazione della spesa media dell'utente



Diminuzione della spesa media del 20%

La variazione della spesa media degli utenti indica una diffusa riduzione del 20%, dato in contrasto con l'aumento degli acquisti e dell'affluenza, indice di una riduzione di disponibilità economica della popolazione.

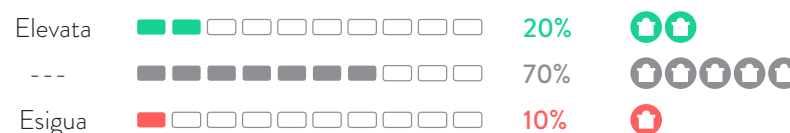
5 Rapporto tra farmaci e prodotti igienico sanitari



Predominanza di prodotti sanitari

Elevata domanda di prodotti igienico sanitari e di protezione personale, conseguenza principale della diffusione della pandemia e di mutamenti dei comportamenti della popolazione.

6 Frequenza di acquisto di farmaci per urgenze ed emergenze mediche



Farmaci emergenziali richiesti occasionalmente

Gli acquisti di farmaci legati ad emergenze mediche non sono soggetti a variazioni importanti di domanda, mantengono un flusso di acquisto costante legato all'approvvigionamento preventivo.

7 Frequenza di acquisto di prodotti galenici, fitoterapici ed olistici.



Domanda di prodotti naturalistici e galenici esigua

La richiesta di tali tipologie di prodotti è leggermente elevata in un numero ristretto di farmacie, per le restanti non vi sono alte richieste di acquisto, conseguenza di una diffusione contenuta di tali terapie e di una spesa media ridotta.

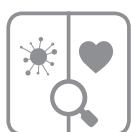
SERVIZI DI SCREENING



Sezione SERVIZI DI SCREENING

Risultati del questionario interattivo sulle farmacie italiane nel periodo pandemico.

1 Prevalenza di screening respiratori e di sintomatologia covid o generali



Variatione dei servizi non significativa

Non si evidenziano particolari deviazioni di servizi legati a sintomatologia da Covid-19, la maggioranza dei presidi mantiene inalterata la loro operatività di screening.

2 Variazione di esecuzione dei servizi di screening



Lieve diminuzione generale degli screening

La maggior parte dei presidi ha riscontrato un una riduzione di servizi di monitoraggio del 30% circa, dato in contrasto con l'aumento della presa in carico dei pazienti da parte dei presidi rispetto al sistema sanitario nazionale, la maggioranza di tale diminuzione proviene da utenti che utilizzavano tali servizi con modalità di screening preventivo.

3 Fruizione per monitoraggio preventivo o segnalatore in casi di urgenza e sintomi



Screening emergenziale e sintomatologico

In relazione al dato precedente si riscontra una forte tendenza alla fruizione di servizi di analisi per scopo diagnostico monitorale in conseguenza ad eventi emergenziale e di presenza di sintomatologia dell'utente.



4

Sistema attuale di erogazione ed esecuzione dei servizi ottimale o inadeguato

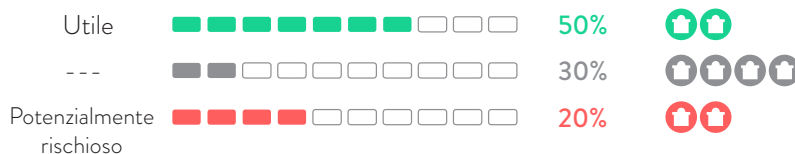


Percezione qualitativa dei servizi adeguata

Mediamente la qualità del sistema dei servizi viene reputata adeguata e lievemente ottimale, solo il 20% dei presidi considera inadeguato il sistema vigente.

5

Opinione su un sistema automatizzato di screening di fattori epidemiologici



Propensione ad uno sviluppo automatizzato per fornire servizi ad eventi esterni epidemiologici

La diffusione del Sars-Cov-2 e le conseguenze del periodo pandemico in corso hanno incentivato una visione di aggiornamento e di evoluzione degli attuali sistemi di screening e di prevenzione, tale dato riscontra tale tendenza di proiezione all'implementazione futura di canali automatizzati di screening.

INTEGRAZIONE ALLA VENDITA



Sezione INTEGRAZIONE ALLA VENDITA
Risultati del questionario interattivo sulle farmacie italiane nel periodo pandemico.

1

Variazione delle vendite online



Aumento delle vendite online

Come rintracciato dall'analisi dei mutamenti dei comportamenti degli utenti si evidenzia un aumento importante delle vendite digitali online da parte delle farmacie.

2

Opinione sulla vendita automatizzata di farmaci da banco e con prescrizione



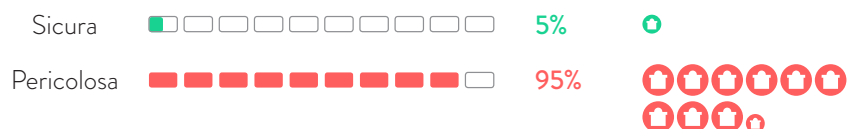
Necessità di sicurezza per la vendita automatizzata di farmaci

La percezione di pericolo nella distribuzione automatizzata di farmaci, da banco e non, indica una necessaria attenzione al controllo e alla verifica della possibilità di vendita al pubblico.

In particolare risulta necessario fornire strumenti di certificazione di utilizzo di questo canale nel caso l'acquisto del prodotto possa risultare rischioso.

3

Opinione sulla vendita automatizzata di farmaci per emergenze mediche



Vendita automatizzata di farmaci per emergenze non idonea

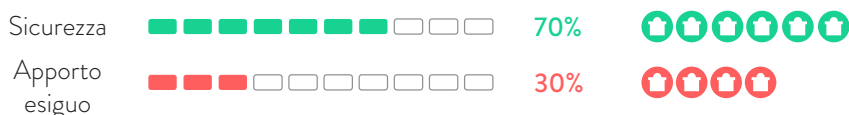
L'alto grado di rischio, la bassa frequenza di acquisto e la necessità di intervento di operatori qualificati nel consiglio e nell'utilizzo di tale categoria di farmaci ne indica l'impossibilità, e il pericolo, di distribuzione automatizzata, preferendo canali emergenziali, come la guardia medica in alternativa.

INTEGRAZIONE ALLA VENDITA



4

Opinione sul contributo alla sicurezza dei clienti interni al locale utilizzando un sistema di vendita automatizzato

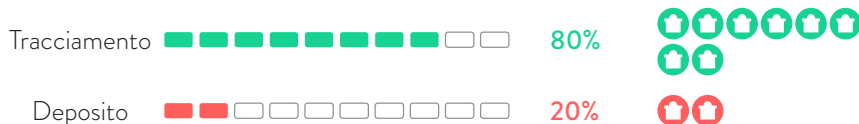


Contributo importante nella sicurezza interna al locale

L'implementazione di sistemi di vendita automatizzati influisce positivamente sulla sicurezza dell'utenza interna ai presidi, diminuendone il rischio di contagio da compresenza e aumentandone l'efficacia delle norme di contenimento

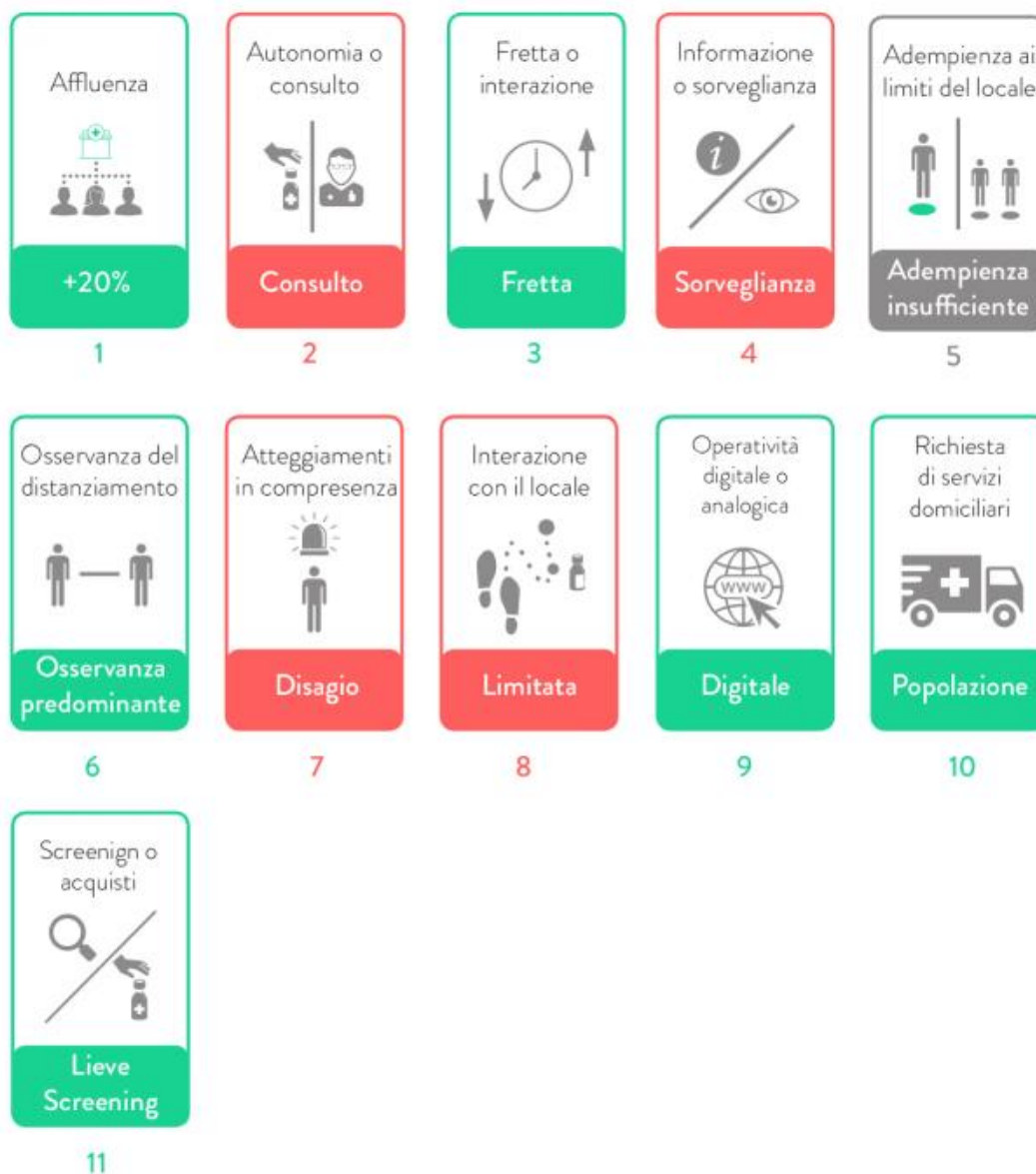
5

Preferenza di modalità di immagazzinamento del sistema automatico, tramite contenitore a deposito (modalità utilizzata nei diffusi distributori automatici) o tramite sistema di tracciamento digitale e conseguente trasporto del prodotto



Preferenza di adattabilità del sistema ad una sfera ampia di prodotti nel locale, con sistema di rilevamento automatica e sistema di trasporto

La preferenza predominante sulle modalità di immagazzinamento del sistema automatizzato è il sistema di tracciamento interno con possibilità di trasferimento dei prodotti dagli scaffali o dal magazzino al distributore. Tale preferenza si fonda sulla limitata capacità di deposito e l'elevata richiesta di spazio dei distributori automatici ad oggi presenti incrementata dalla possibilità di ampliare la gamma di prodotti forniti e la tracciabilità automatica degli stessi.



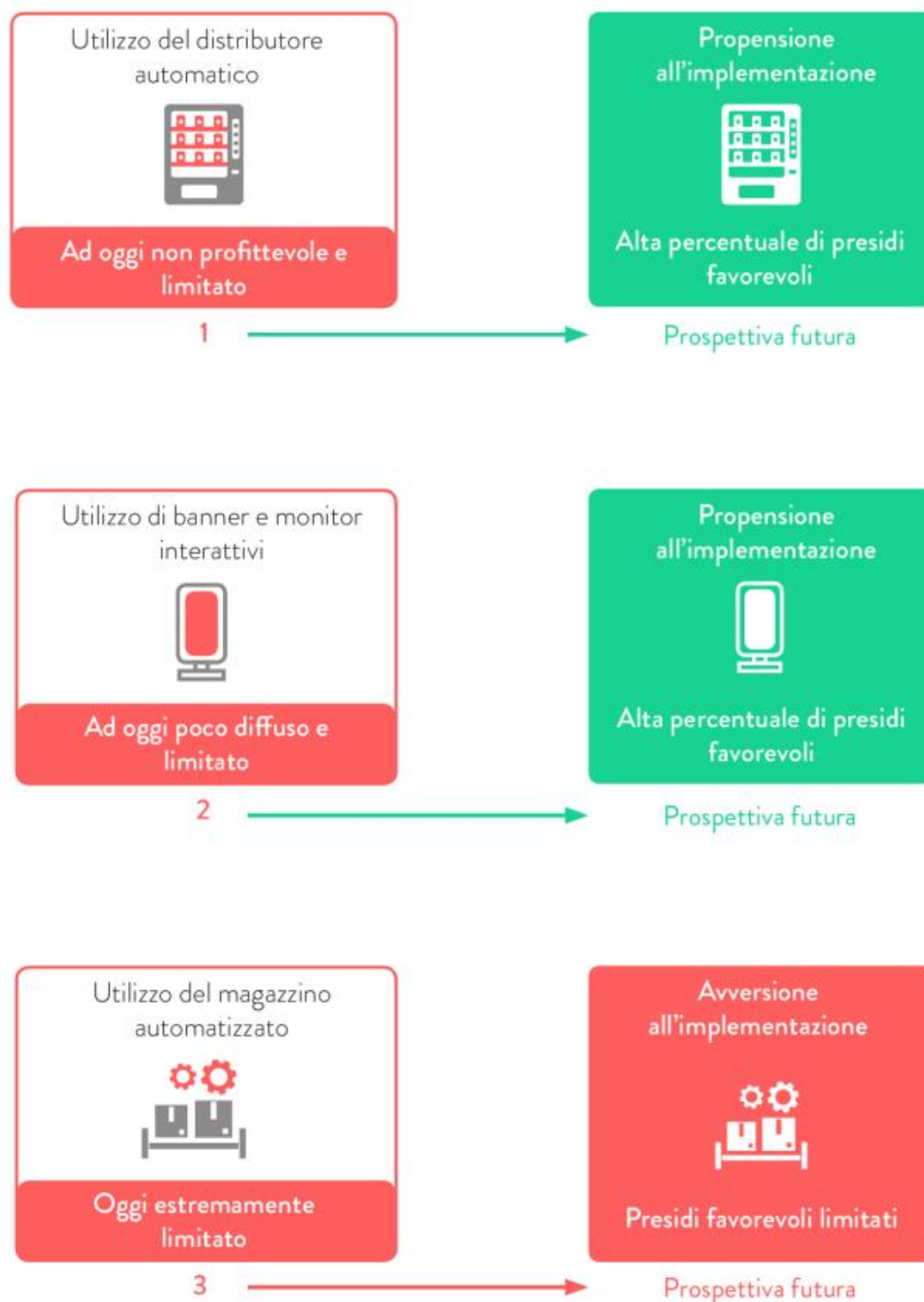
Negli utenti si notano tendenze discordanti, relazionate a tipologie di clienti differenti. Si riscontra una necessità di consulto maggiore, parallelamente si assiste ad un incremento delle attività digitali e da remoto, una riduzione dell'interazioni nel locale ed una necessità di velocità maggiore.

Le differenze di propensione ai due canali di attività, slow e fast way, sono propri di due canali di utenti differenti, la predominanza di tali utenti è costituita da cittadini fragili o appartenenti ad una generazione legata ad operatività analogica e al canale di slow way, dall'altra operatività si riscontra una sfera di utenza di un'età media inferiore rispetto alla prima, con una competenza digitale innata ed una propensione all'utilizzo di canali multipli per le proprie operazioni.

Questionario di analisi SINTESI DEI RISULTATI



DISTRIBUZIONE





L'attuale dotazione di strumenti ausiliari alla vendita e alla distribuzione risulta limitata e non sufficientemente redditizia, tendente ad un'elevata propensione futura di implementazione di dispositivi interattivi ed automatizzati adattabili agli ambienti.



In contrasto con l'importanza sopra citata delle farmacie in questo periodo storico e all'aumento dell'affluenza media, si nota una diminuzione generale del potere di acquisto dei cittadini, con predominanza di incremento di acquisto di generi di protezione personale e di igienizzazione, conseguenza delle misure necessarie per il contenimento pandemico.



Screening covid o generalizzati

Nessuna prevalenza

1

Variazione degli screening

Leggera diminuzione

2

Screening preventivo o sintomatologico

Prevalenza del sintomatologico

3

Apprezzabilità dei servizi attuali

Qualità adeguata

4

Screening patogenetico automatizzato

Propensione allo sviluppo

5



Si nota una diminuzione degli screening legati ad un monitoraggio preventivo, causata dalla riduzione generale della fruizione di presidi di analisi e dalla tendenza incrementata di utilizzo di servizi di screening legati a sintomatologia e casi di urgenza dell'utente, tali tipologie di controllo incorporano le analisi di utenti cronici o patologici che hanno sostituito i propri percorsi terapeutici da strutture ospedaliere o da figure mediche al sistema farmaceutico.

In favore ad un'evoluzione tecnologica generale delle farmacie si riscontra una forte accettazione alla realizzazione di un sistema di analisi automatizzato per fornire soluzioni di diagnosi, tracciamento o monitoraggio della popolazione verso agenti patogeni esterni.



1



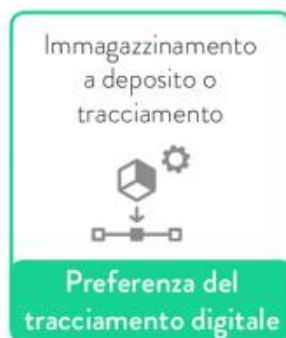
2



3



4



5

I canali di vendita alternativi alla distribuzione nel locale hanno subito un incremento sostanziale, relazionando tale dato con la forte propensione all'adozione di strumenti per una distribuzione automatizzata si rintraccia una possibilità profittevole di aggiornamento della distribuzione farmaceutica nella maggior parte dei presidi.

Le categorie di prodotti ideali ad una distribuzione maggiormente indipendente dall'intervento del personale, da affidare ad un acquisto autonomo da parte degli utenti, sono principalmente prodotti da banco, che esulano dalla sfera dei farmaci rintracciando la merceologia target nell'esposizione commerciale pubblica.

Porre attenzioni e accorgimenti in tale area a misure di sicurezza e controllo negli acquisti e a sistemi di tracciabilità degli ordini e dei prodotti, fornendo una rete di collegamento tra gli acquisti effettuati nei locali, le preferenze della clientela e l'aggiornamento delle vendite da parte del personale.

Nuove necessità nel periodo pandemico

TRASFORMAZIONE SOCIALE

Panoramiche sulle trasformazioni del rapporto utente-territorio nel periodo pandemico

Nuove modalità di interazione tra popolazione e territorio



Interazione libera



Interazione controllata



La diffusione della pandemia del SARS-COV-2 ha innestato un radicale cambiamento a scala mondiale ed individuale, in tutti gli aspetti sociali, economici e produttivi, istaurando nuove modalità comportamentali nel cittadino e nuove necessità di adattamento ed evoluzione del territorio.



pharmacy



beauty



Nuove necessità nel periodo pandemico

MACRO TRASFORMAZIONE

Nascita del contrasto tra le necessità della popolazione, l'aumento di domanda di beni necessari e le modalità di offerta del territorio.

A seguito di mutamenti massivi delle condizioni di salute e delle abitudini della popolazione si assiste ad un cambiamento della domanda di servizi e prodotti del territorio per assicurarsi il mantenimento delle proprie condizioni da parte del singolo cittadino. **Impulsi elevati e repentini di domanda da parte del pubblico** sono seguiti da **mutamenti delle attività dei fornitori**, volte a soddisfare tali richieste per assicurare il fornimento di prodotti e servizi necessari, cercando di soddisfare la maggior parte dell'affluenza.

In periodi particolari, in seguito ad eventi dannosi alla popolazione (epidemie e catastrofi) si assiste ad una **divergenza tra domanda di servizi necessari e possibilità di offerta del territorio**.

Si istaura un **contrasto tra la natura della popolazione**, il peggioramento delle condizioni dell'individuo, che comporta una domanda esponenziale, **e l'inadeguatezza delle attività a fornire una quantità necessaria di beni con modalità adatte al periodo**, nel caso attuale si è assistito ad un aumento concentrato di affluenza di utenti in locali che offrivano beni di prima necessità in periodi ristretti.

In particolare le farmacie, i negozi di generi alimentari e i supermercati hanno assistito ad un "assalto" da parte della maggior parte della popolazione a beni con una disponibilità non adeguata alla massa.

Casi simbolo di questi fenomeni sono state le mascherine chirurgiche ed i prodotti igienizzanti, che nel periodo delle prime riforme di contenimento (marzo 2021) sono state acquistate in quantità massive provocando un deficit per gli stessi commercianti, molti operatori

sanitari si ritrovarono sprovvisti di prodotti di sicurezza personale necessari specifici per il proprio settore, divenuti prodotti di igiene pubblica.

Considerando le condizioni di sicurezza del fenomeno in atto si rintraccia la pericolosità di compresenza degli utenti nei luoghi pubblici che, unita all'aumento della domanda e il restringimento dell'intervallo di tempo della stessa, porta ad un elevato grado di rischio di contagio durante le attività di approvvigionamento di prodotti di sicurezza dallo stesso.

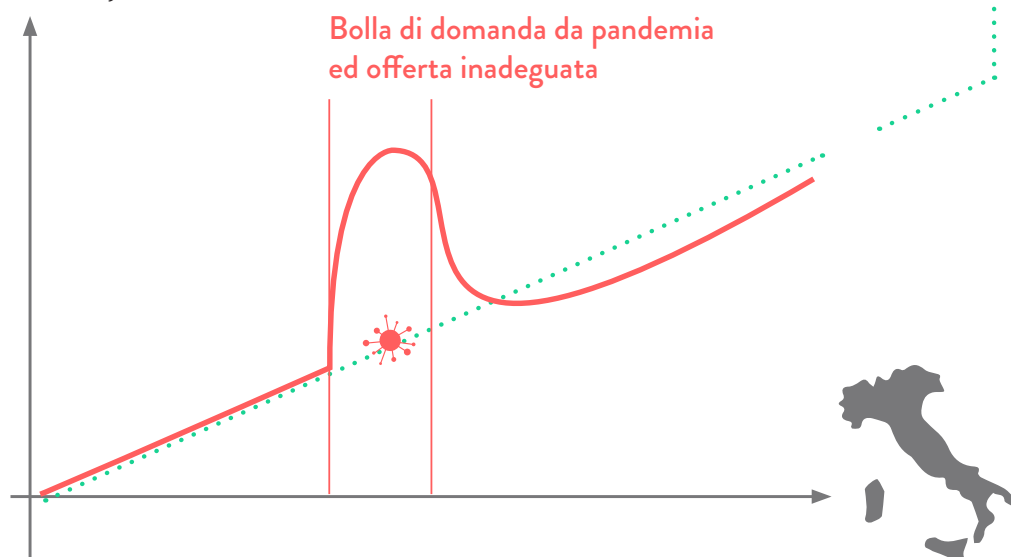


Domanda

(beni necessari, servizi, sicurezza individuale)

Rapporto ottimale 1:1
domanda-offerta

La quantità di prodotti e servizi richiesti dalla popolazione viene soddisfatta dal territorio.



Bolla di domanda da pandemia ed offerta inadeguata

Offerta

(disponibilità di vendita di beni, possibilità di fruizione dei servizi, messa in sicurezza)

Nuove necessità nel periodo pandemico

MACRO TRASFORMAZIONE

Espansione della crisi socio sanitaria,
ospedalizzazione restrittiva e il ruolo cardine delle
farmacie, primo presidio della salute.

Parallelamente al periodo appena citato ,di approvvigionamento di massa, **si è assistito ad una crisi sanitaria nazionale**, che ha modificato l'intero sistema socio sanitario a fronte di un **ospedalizzazione in saturazione** da pazienti positivi al Covid-19.

La necessità di cure prolungate di tali pazienti in ambienti ospedalieri specializzati e la pericolosità assunta degli stessi, ora probabili focolai di contagio, hanno portato ad una **riduzione estrema delle attività sanitarie esterne al virus**.

Si sono così succeduti periodi d'impossibilità di controllo, screening e terapie per pazienti con patologie e sintomatologie minori, specialmente i pazienti cronici impossibilitati a proseguire una routine di monitoraggio necessaria, a periodi di maggiore possibilità di operatività in cui si recuperava quanto più possibile le precedenti attività arretrate, tale ciclo ha causato un aggravamento delle condizioni minori nella popolazione e una perdita di continuità terapeutica e diagnostica.

In questo contesto **i presidi farmaceutici hanno assunto un ruolo cardine nella cura del cittadino**, la natura di distributore del farmaco e di consulente per il controllo della propria salute divenne la prima, e spesso unica, fonte di sostegno della popolazione, posta in una condizione d'emergenza di acquisto di beni e di dubbio e confusione per la propria sicurezza e per il proprio operato.

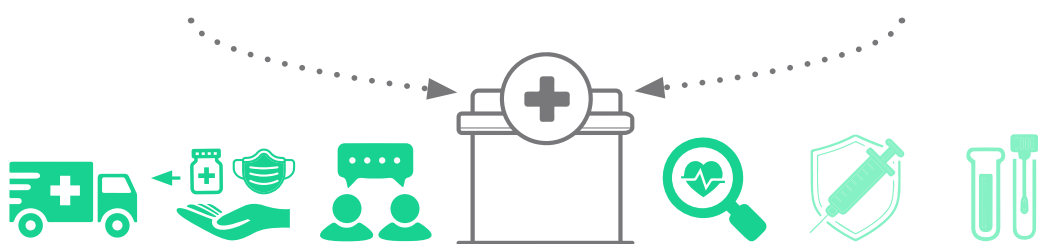
A seguito delle prime concentrazioni di domanda appena citate si sono stabilite nuove modalità di interconnessioni del sistema sanitario con il cittadino, **ponendo la figura della farmacia come il primo ente di connessione utile all'utente**, precedente all'operatività medica ed ospedaliera quando è possibile.

Lo stesso sistema medico ospedaliero ha affidato parte delle cure dei cittadini, delle procedure di distribuzione di dispositivi medico sanitari, del carico di attività di screening e del sistema di vaccinazione alle farmacie per necessità di reperibilità, capillarità e scalabilità a fronte delle condizioni emergenziali vissute.

Incremento delle necessità dei cittadini



Crisi socio sanitaria nazionale



Farmacie presidi di cura della popolazione

Nuove necessità nel periodo pandemico

IL RUOLO DELLA FARMACIA



Primo presidio di cura dell'utente.
Canale fondamentale per l'accesso a farmaci e prodotti di protezione personale.

Il ruolo delle farmacie nel territorio italiano, già nei decenni precedenti l'attuale ciclo pandemico, ha rappresentato una valenza primaria nel mantenimento delle condizioni fisiche della popolazione, ora **divenuto il primo organismo di cura per la persona, fondamentale per la capillarizzazione nel territorio di cure, consulti e percorsi terapeutico comportamentali.**

I presidi costituiscono il **canale di distribuzione ufficiale e certificato di percorsi terapeutici e prodotti per la cura della persona**, fondamentali per gli utenti, a differenza di sistemi di distribuzione digitali esterni, mancanti di un apprezzamento in sicurezza.

Il normale flusso di approvvigionamento farmaceutico nei periodi privi di emergenze sanitarie da parte della popolazione è stato affiancato da una crescita repentina di domanda nell'attuale periodo pandemico, con la conseguente **variazione repentina delle affluenze degli utenti**, affluenze avvenute nei periodi di diffusione maggiore del virus, **con i relativi pericoli di contagio, le lunghe code di attesa e le tempistiche di svolgimento delle operazioni dilatate** per utente.

In questo contesto le **attività del personale interno alle farmacie e ad esso relazionato ha subito un aumento forzato del carico di lavoro** a fronte delle necessità, aumentandone gli orari di lavoro, lo stress fisico e psicologico e le attività di aggiornamento costante per mantenersi adeguati all'evoluzione dell'informazioni sulla natura di tale pandemia.

Nuove categorie merceologiche, presenti in attività specializzate, **sono state diffuse al pubblico tramite le farmacie**, in primis le varie tipologie di dispositivi di protezione facciali, seguiti da gel igienizzanti e prodotti per l'igiene personale e domestico, con modalità di urgenza e incontrando difficoltà varie, legate spesso alle mancanze di prodotti e a volte di certificazioni affidabili.

Nel giro di pochi mesi queste categorie hanno raggiunto una diffusione di massa ed un uso quotidiano che nel tempo si è stabilizzato normalizzando l'uso di dispositivi di protezione personale con naturalezza.



Nuove necessità nel periodo pandemico

IL RUOLO DELLA FARMACIA



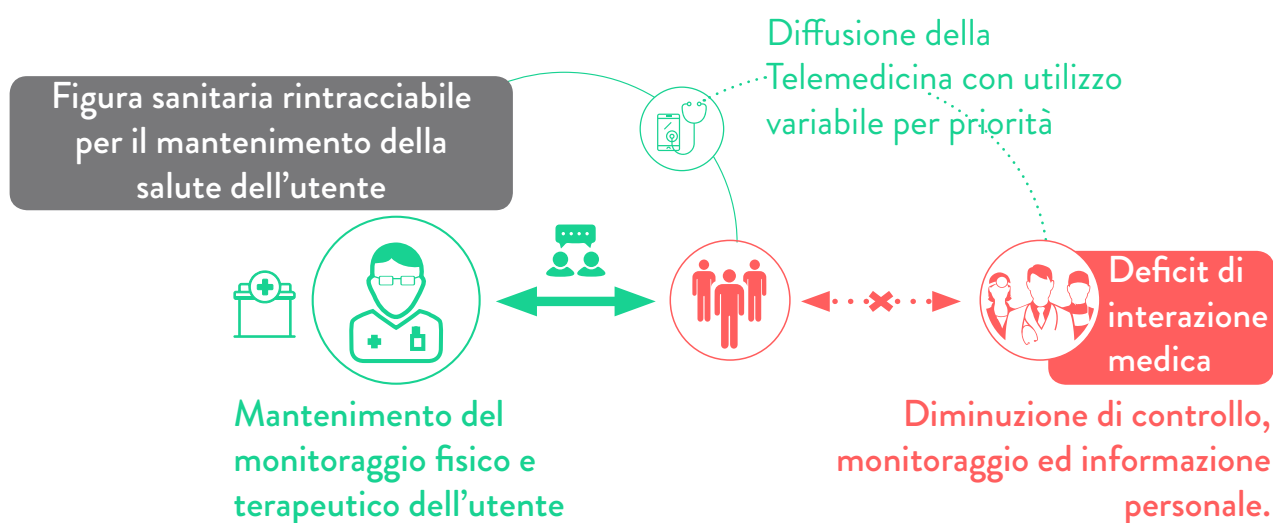
Organo di consulto principale per informazione, controllo e monitoraggio terapeutico del cittadino.

Le conseguenze limitanti subite dagli organi ospedalieri e dal sistema medico hanno provocato un **aumento delle consulenze da parte delle farmacie**, rafforzando il ruolo di mediatore e di primo centro di supporto per la cura della persona.

Le ampie fasce di utenti deboli e cronici rintracciarono nelle farmacie il sostegno limitato dalla sanità specializzata e analogamente il resto della popolazione perse la possibilità di controllo, di screening leggero e di confronto sanitario.

La figura del farmacista, già assunta dall'utente come figura sanitaria assistenziale valida e sicura, acquisisce più importanza, la **diminuzione di anamnesi da parte di figure mediche** è stata compensata con un **aumento consistente di dialogo con i farmacisti** e con le figure associate nel presidio, affiancando alle interazioni paziente-farmacista le attività di telemedicina, per usufruire in sicurezza e da remoto di competenze specialistiche degli studi medici.

Una conseguenza importante da considerare in questo **aumento di consulenze** è l'**aumento del tempo all'interno del locale** del singolo cliente, lo stazionamento interno riduce la sicurezza virale dei compresenti nel locale, aumentando la possibilità di contagio in caso di misure di contenimento insufficienti o irrispettose, oltre ad entrare in **contrasto con le necessità di maggior velocità di esecuzione da parte di altri utenti**, sia per motivi di elevata affluenza con stazionamento esterno, sia per sicurezza individuale, sia per eventuali necessità di acquisti veloci quotidiani.



Dispensatore di servizi domiciliari necessari ad utenti deboli ed in contenimento.

Le modalità di acquisto di generi alimentari e i farmaci in particolare hanno subito una trasformazione importante, dall'impossibilità d'interazione fisica degli utenti con i locali sono scaturite una serie di servizi a domicilio che consentivano il rifornimento di beni di prima necessità ai cittadini posti in isolamento.

Per quanto già diffuso il **servizio domiciliare per la dispensazione di farmaci** ad utenti fragili, l'aumento e l'ampliamento della richiesta di tale servizio da una sfera di popolazione maggiore ha richiesto un **aggiornamento importante del sistema di distribuzione** e delle figure assistenziali predisposte alla cura domestica del paziente.

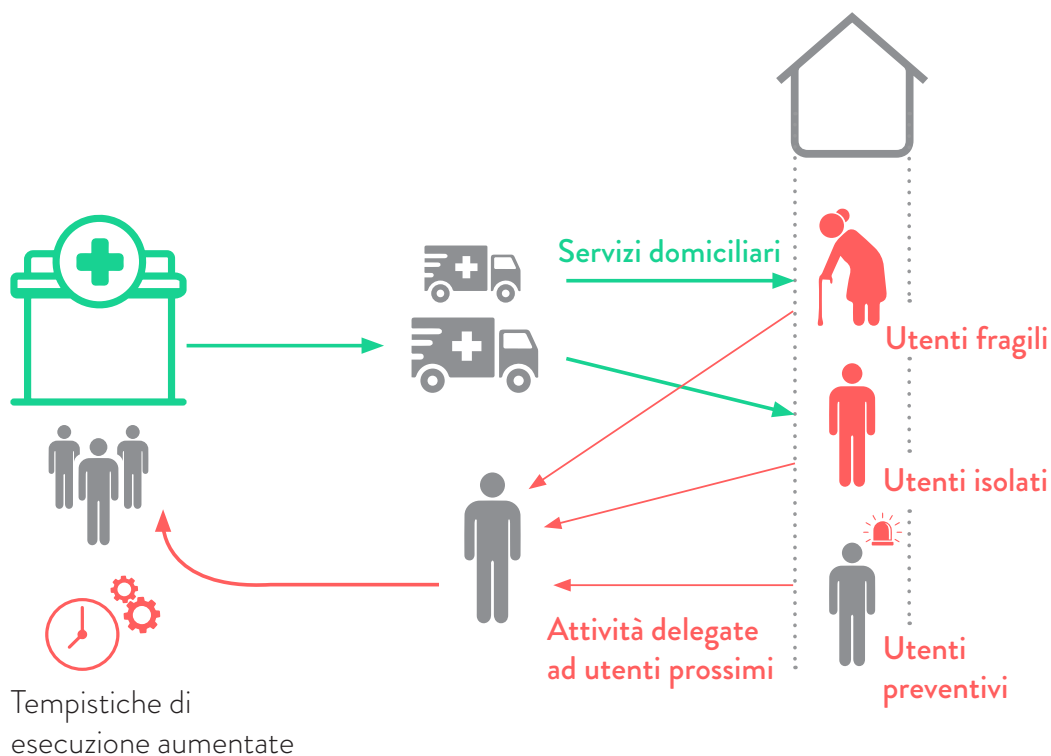
La richiesta di tale assistenza è stato incentivato sia dall'isolamento obbligatorio e legale di utenti in quarantena, sia dal normale utente disincentivato dalla mancanza di sicurezza durante la visita del locale, rintracciando in tale modalità una riduzione del rischio di acquisizione del virus ed una maggiore ottimizzazione dei propri spostamenti.

Nuove necessità nel periodo pandemico

IL RUOLO DELLA FARMACIA

Analogamente all'aumento del servizio domiciliare sono aumentate le attività delegate ad altre persone per mancanza di possibilità di spostamento, spesso i familiari o persone prossime all'assistito si sono fatte carico degli acquisti e delle operazioni necessarie di quest'ultimo nel territorio.

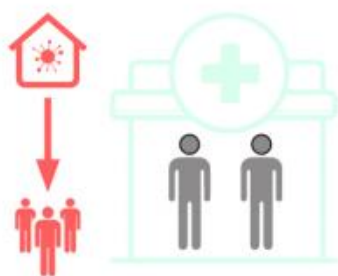
Le attività delegate a tali utenti, se confrontate con una mancanza ottimizzazione dei processi di vendita e delle funzioni dei locali, rintracciabile nelle citate limitazioni di utenza ed aumento delle tempistiche per modalità analogiche, influiscono nel tempo impegnato dalla persona, aumentandone il rischio di esposizione ad eventi di contagio, essendo questa presente in maniera maggiore e più duratura in presenza di altre persone.



DIVERGENZE DI OPERATIVITÀ E SICUREZZA DELL'UTENTE

L'incremento delle attività delle farmacie e delle necessità di consulto e sicurezza dell'utenza **si pongono a contrasto con le attuali modalità** dei presidi, in particolare si riscontra un'unica modalità di operatività basata sull'interazione interpersonale tra utente e farmacista, **coinvolgendo nell'unico canale di slow way anche attività di acquisti e prenotazioni veloci** effettuabili attraverso una riprogrammazione digitale dei processi.

Considerando le norme di sicurezza interne al locale, l'aumento dell'affluenza esterna rispetto alla capienza dei presidi, la dilatazione dei tempi di attesa e di svolgimento delle funzioni, l'incremento dei consulto e la diminuzione di disponibilità degli operatori presenti, **si rintraccia la necessità d'implementazione di canali alternativi alla già presente operatività singola del farmacista per fornire all'utenza una tipologia di funzioni veloci**, basate quindi su un canale di fast way, per operare in autonomia in quelle azioni già programmate dall'utente.



Aumento del rischio di contagio e riduzione dell'utenza interna



Aumento dell'affluenza esterna e delle necessità di fruizione del locale



Carico di lavoro del personale aumentato

Nuove necessità nel periodo pandemico

IL RUOLO DELLA FARMACIA

Contrasto di operatività



Attuale modalità d'interazione in farmacia, essendo i canali fast e slow affidati unicamente ad operazioni interpersonali tra cliente e personale operante nel locale.

Ciò limita alla presa in carico di utenti in attesa, diminuendo l'esplorazione commerciale del locale e della presa in carico della persona da parte del personale.

Ottimizzazione



Aumento dei canali di distribuzione fast way per offrire possibilità di acquisti ed acquisizione d'informazioni autonome, migliorando l'efficienza commerciale ed educativa del presidio ed offrire maggior possibilità di consulto in sicurezza, con tempistiche più dilatate.

Modalità divise per i due canali operativi, differenziazione delle tempistiche degli utenti e delle necessità d'intervento del personale del locale.

Possibilità di fornire all'utente una propria autonomia per azioni veloci da svolgere in sicurezza, come possono essere gli acquisti di prodotti non farmaceutici e da banco.

Ciò aumenta l'apprezzabilità e l'adattabilità dei locali a diversi tipi di utenti, favorendone le operazioni indipendenti e la presa in carico tramite consulto di chi ne ha necessità.

Nuove necessità nel periodo pandemico

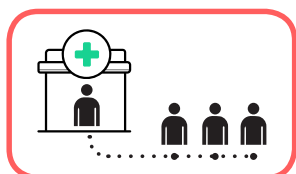
NUOVE MODALITÀ D'INTERAZIONE



Interazioni libere pre pandemiche

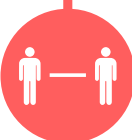
Il rapporto degli utenti con gli spazi pubblici, presidi farmaceutici compresi, non rispondevano a norme di comportamento particolari, le interazioni perlustrative del locale, le interazioni interpersonali ed i rapporti di consulenza risultavano libere sia in termini di contatto sia di libertà di movimento della persona. Le affluenze di un numero elevato di utenti negli spazi pubblici non rappresentavano una minaccia pubblica, favorendo, in determinate attività, un entrata economica utile.





Interazioni contenitive controllate

Le libertà dell'utente di movimento, di stazionamento, di contatto e di azione interne ai luoghi pubblici nel periodo pandemico hanno assunto caratteri regolatori atti ad attenuare il rischio di contaminazione personale e collettiva. Le **restrinzioni di operatività e di spazialità** sono imposte sia giuridicamente dagli organi statali di riferimento, per un controllo contenitivo di massa, sia a livello personale e soggettivo dal singolo cittadino, conseguenza del rafforzamento di stati di allerta e di accortezza personale per il proprio stato di salute.



Nuove necessità nel periodo pandemico

NUOVE MODALITÀ D'INTERAZIONE



Interazioni contenitive controllate

Le norme di contenimento, personali e pubbliche, sono rivolte principalmente ad adeguare gli utenti ai locali utilizzati, in relazione alle caratteristiche ambientali e strutturali di questi rispetto all'affluenza e alle modalità di fruizione dell'ambiente.

La trasformazione della relazione utenti-ambiente si pone l'obiettivo di ridurre il rischio di contagio da prossimità, da saturazione da aerosol e da trasmissione superficiale, incrementando parallelamente la sicurezza psicologica e fisica del cittadino.

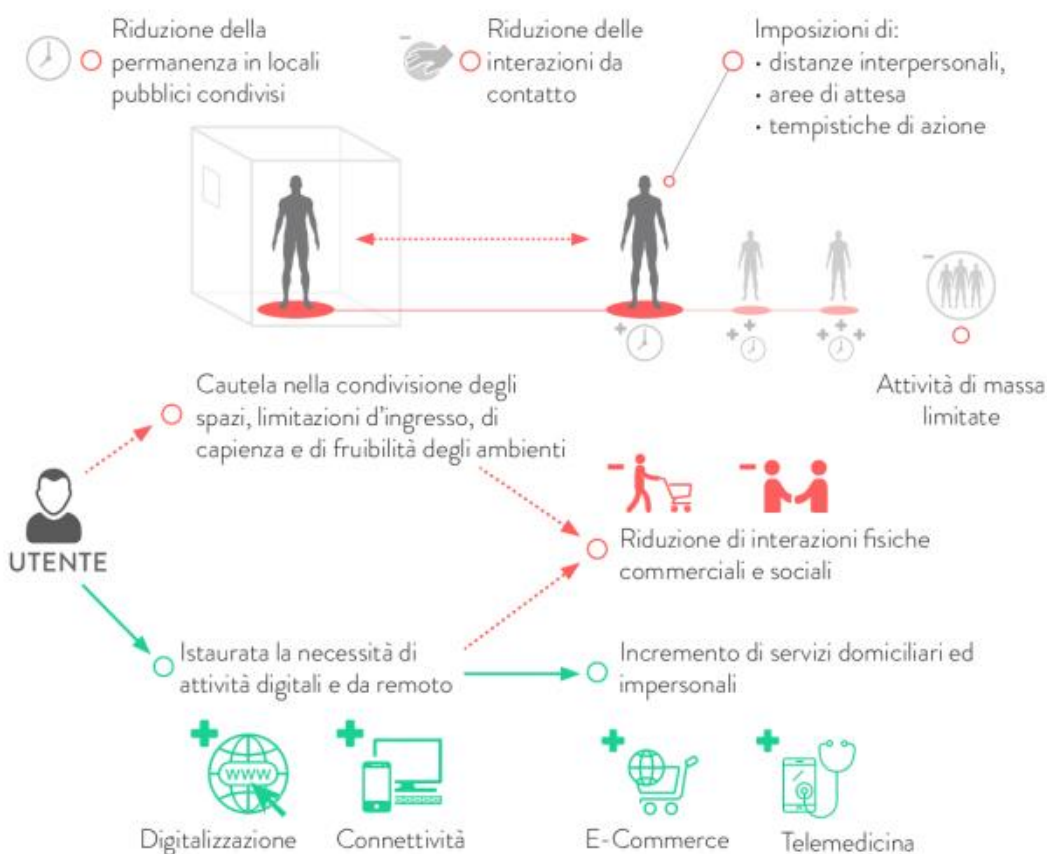


Il rapporto della popolazione con gli spazi pubblici sono stati trasformati profondamente dalla pandemia da COVID-19.

L'istaurarsi nella popolazione di paura e cautela unite alla nascita di norme di sicurezza personale e collettiva hanno mutato l'iniziativa libera e disinvolta del cittadino in favore ad una limitata operatività negli ambienti condivisi.

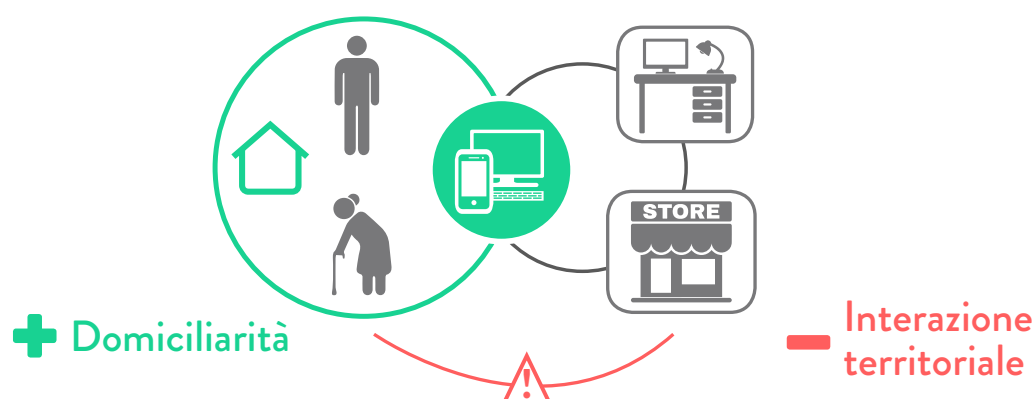
La compresenza, il contatto con le superfici esposte e le tempistiche d'interazione sono state limitate allo stretto necessario, tramite iniziativa personale e normative di contenimento, mentre nuove modalità di azione impersonale, operatività digitale e da remoto in particolare, sono emerse come ausili indispensabili alla comunità.

Mutamenti comportamentali



Nuove necessità nel periodo pandemico

LE TRASFORMAZIONI DEGLI UTENTI



Le conseguenze della pandemica e della crisi socio sanitaria italiana hanno provocato una radicale trasformazione nella popolazione. A fronte di una maggiore **cautela nell'operatività fisica territoriale** l'utenza ha assunto maggiore stabilizzazione domestica, esercitando, quando possibile, le proprie operazioni attraverso funzionalità digitali da remoto, la forte istaurazione dello smart working rappresenta un segnale indice di trasformazione radicale delle connessioni della società, trasformazione protratta come necessaria conservazione di modalità ausiliarie nel futuro.

L'**adozione di interazioni digitali** trova fondamenta sulla carenza di sicurezza individuale nello svolgimento d'interazioni pubbliche, sicurezza necessaria ad un mantenimento delle strutture territoriali tramite affluenza di utenti, principio cardine anche delle misure di contenimento imposte dai decreti anti contagio.

L'aderenza di servizi e sostegni con modalità domiciliari ha assunto un ruolo necessario per pazienti positivi al contagio, per utenti fragili, in termini di patologie e fattori biologici come l'età, e per la sfera di utenti strettamente correlati a casi prossimi di positività, in particolare utenti in condizioni di quarantena, di convivenza e di sostegno a pazienti positivi.



Nuove necessità nel periodo pandemico

LE TRASFORMAZIONI DEGLI UTENTI

Parallelamente ad un incremento della vigilanza personale si è assistito ad un **aggravamento dello stato di salute della popolazione e ad un aumento della potenziale contagiosità** della stessa. Tale deterioramento ha assunto conseguenze importanti:



- è **aumentato il numero dei PAZIENTI POSITIVI legati al contagio**, indipendentemente dalle proprie condizioni pregresse si è instaurata una nuova categoria di pazienti legati allo sviluppo di una malattia potenzialmente invalidante e isolatrice dell'individuo rispetto alla società, ciò ha innescato l'attivazione di servizi di screenign e di localizzazione per riconoscere i casi attivi, seguiti da una rete di sostegno sociale e medico per lo svolgimento di connessioni di tali pazienti con le attività necessarie alla sopravvivenza degli stessi, in primis servizi di sostegno alimentare, farmaceutico, ospedaliero ed economico.



- il **grado di rischio potenziale di PAZIENTI CRONICI ha subito un incremento elevato**, trasformando utenti con patologie pregresse a rischio critico a seguito di un'eventuale contagio. Si è rafforzata la necessità di monitoraggio della condizione fisica e del percorso terapeutico di utenti cronici, a fronte però di una diminuzione drastica delle possibilità di controllo tramite visite in strutture ospedaliere e operatori sanitari, ciò ha instaurato una difficoltà di mantenimento della sicurezza personale, un controllo più difficoltoso e una carenza di reperibilità delle cure e dei percorsi terapeutici necessari; una conseguenza importante di queste mancanze è l'aumento di ospedalizzazione di questi pazienti per aggravamento della propria condizione cronica.

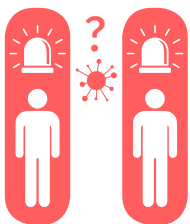




• il rischio degli **UTENTI ANZIANI O FRAGILI** ha assunto un valore predominante, essendo l'età uno dei fattori di maggior importanza nell'acquisizione del virus, incrementando l'attenzione verso un'ampia fascia della popolazione italiana.



Popolazione già fragile e necessitante di percorsi terapeutici, controlli e sostegni sanitari, minacciata ora dal possibile aggravamento delle proprie condizioni da acquisizione del Sars-Cov-2 durante le normali attività di monitoraggio. Oltre ad un'attenzione individuale maggiore, tali pazienti necessitano di un'accortezza particolare delle persone con cui stringono contatti, disponendo di una protezione da contagio minore per natura della propria anzianità e di una necessità di sostegno elevato a causa della minor indipendenza, sono soggetti ad interazioni maggiori con altre persone con un grado di pericolo maggiore.



• la concezione di sicurezza tra individui ha assunto una **VIGILANZA PREVENTIVA** con visione di pericolosità,



ciò è dovuto all'insidia di riconoscimento del virus e all'elevato grado di diffusione dello stesso. In un rapporto interpersonale si assume a priori uno stato di vigilanza, presupponendo in principio la possibilità di essere in presenza di un individuo potenzialmente contagioso. L'operatività di un qualsiasi utente è volta alla cautela (dovrebbe esserlo), preferendo quando è possibile una diminuzione del rischio, quindi una diminuzione di contatto, di permanenza in luoghi chiusi ed un aumento di norme di igiene e protezione personale, con la consapevolezza di costituire un potenziale fattore di contagio per le persone con cui si stringono contatti.

Nuove necessità nel periodo pandemico

LE NUOVE INTERAZIONI UTENZA-FARMACIA



Utenza diffusa

(Covid negativa, priva di fattori di cronicità e fragilità)

Con utenza diffusa si indica la sfera più ampia della popolazione, priva di condizioni di cronicità da monitorare, esente da condizioni di contagio da Covid-19 e non catalogata come utenza fragile.

Il rapporto di questa utenza con i presidi farmaceutici nel periodo pre pandemico era diretto da rifornimenti occasionali di medicinali di base e di approvvigionamento di prodotti per eventi isolati di necessità ed emergenza, il consulto con il farmacista era principalmente leggero e veloce atto ad informare la persona sulle modalità terapeutiche idonee alla condizione presentata.

La frequenza pre pandemica media annuale di visita dei presidi farmaceutici è medio bassa rispetto ad altre categorie di utenti e le tempistiche di esecuzione generalmente veloci, **le attività rientrano principalmente nei flussi di attività fast way e le attività di slow way sono contenute.**

L'attitudine veloce di molti di questi utenti è entrata fortemente in contrasto con le tempistiche istauratesi in questo periodo.

Essendo spesso utenti attivi, a livello lavorativo, familiare e sociale, **necessitano di canali veloci per ottimizzare le proprie attività**, un grado di sicurezza adeguato per mantenerne lo svolgimento delle interazioni necessarie a cui partecipano e un'evoluzione degli attuali processi interpersonali a favore di modalità remote di acquisto e di prenotazione, **sia per favorirne le proprie operazioni sia per favorire utenti maggiormente impegnativi.**



Frequenza



Attività



Grado di rischio



Frequenza



Attività



Digitalizzazione



Attesa passiva

Grado di rischio



Necessità di velocità e reperibilità

Acquisti occasionali ricorrenti

Consulti veloci e sporadici

Nuove necessità nel periodo pandemico

LE NUOVE INTERAZIONI UTENZA-FARMACIA



Utenti cronici

Gli utenti cronici sono caratterizzati dalla presenza di una o più malattie croniche, patologie con un grado di durata permanente e degenerazione costante. Tali utenti necessitano di screening costanti, un percorso terapeutico-farmacologico mirato e duraturo nel tempo e un'aderenza a norme alimentari, comportamentali e sanitarie idonee al mantenimento delle condizioni dell'individuo. Questa tipologia di utenza è molto diffusa, è stimata una percentuale di utenza cronica del 40% della popolazione italiana, con livelli di gravità delle patologie differenti.

La frequenza in farmacia di tali utenti è alta, a causa della necessità di rifornimento di farmaci e di monitoraggio costante del proprio piano terapeutico, ciò rappresenta ora uno dei fattori di maggior disturbo e pericolosità, essendo le frequenti visite nei locali e le necessità correlate a queste i canali a maggior rischio di contagio.

La riduzione della disponibilità di visite, di consulti specialistici e della cura di tali pazienti dal sistema sanitario nazionale ha influito aumentandone in parte l'affluenza nei presidi farmaceutici, a favore di consulti più frequenti e mirati.

La necessità di rifornimento costante di farmaci con obbligo di ricetta medica priva a questa utenza di usufruire di canali digitali e da remoto per effettuare le proprie operazioni, obbligandoli ad utilizzare canali di operatività interpersonale, **seppur consentendo un'ampia possibilità di utilizzo di canali fast way sicuri**, essendo le operazioni effettuate di natura periodica, ricorrente e certificata.



Frequenza



Attività



Grado di rischio



Frequenza



Attività




Grado di rischio



 **Necessità di velocità e reperibilità**

 **Necessità di maggior sicurezza**

 **Acquisti costanti ricorrenti**

 **Consulti occasionali di controllo**

Nuove necessità nel periodo pandemico

LE NUOVE INTERAZIONI UTENZA-FARMACIA



Utenti fragili

Gli utenti fragili, caratterizzati da una condizione generale di salute precaria o compromessa, tra cui gli utenti anziani con deficit generalizzati delle proprie capacità fisiche, rientrano nella categoria a maggior rischio, sia da eventuali aggravamenti della propria condizione da agenti esterni, come l'attuale pandemia, sia dal proseguimento naturale delle proprie patologie.

La frequenza in farmacia è elevata a causa di un approvvigionamento costante abbinato ad un ampio e frequente consulo, questo è infatti un elemento fondamentale per gli utenti anziani in cui il rapporto farmacista-paziente acquisisce un ruolo primario per una corretta scelta terapeutica e successivamente per il corretto mantenimento della stessa, incentivando maggiormente in questa utenza la fidelizzazione del cliente.

L'attuale crisi sanitaria rappresenta per gli utenti fragili un pericolo allarmante e ne pone **in contrasto le attività frequenti di visita dei presidi e di consulti importanti con i rischi di aggravamento della propria salute dalla compresenza di altri utenti nel locale e le nuove tempistiche d'affluenza**; necessitano ora di maggior controllo da parte del sistema sanitario e farmaceutico a fronte di una minore disponibilità degli stessi.

Il canale di attività predominante è assunto da funzioni slow way, sia per i bisogni di tali utenti di un'informazione maggiore, dettagliata e semplice, sia per la mancanza di operatività con canali differenti all'interazione personale, nel caso di ausilio di canali digitali per acquisti e visite mediche vi è spesso un intervento da persone affiancate ad essi con competenze maggiori.



Frequenza



Attività



Grado di rischio



Frequenza



Attività



Digitalizzazione



Attesa passiva

Grado di rischio



Necessità di maggior consulto

Necessità di maggior sicurezza

Slow way canale di consulto e di acquisto

Acquisti conseguenti al consulto

Nuove necessità nel periodo pandemico

LA PERCEZIONE DEI PRESIDI E DELL'OPERATIVITÀ DIGITALE

L'operatività digitale e da remoto, rafforzata in seguito all'attuale crisi virale, ha rappresentato in molti ambiti sociali e lavorativi uno strumento necessario, a volte l'unico attuabile in sicurezza, e ha influito in maniera consistente anche nel sistema farmaceutico, incontrando però in tale sfera di attività una resistenza psicologica della popolazione, come già citato in precedenza sempre più prudente ed attenta alle proprie condizioni fisiche e quindi all'utilizzo di farmaci e prodotti non certificati.

La propensione degli utenti al digitale nell'acquisto di prodotti farmaceutici e parafarmaceutici non è ancora diffusa e il grado di fiducia posto in esso non è soddisfacente, in particolare si riscontra:

- che **solo il 40% degli italiani sono informati** della possibilità di acquisti online, contro il 60% di utenti non consapevoli di ciò;
- di questi utenti consapevoli **solo il 23% hanno piena fiducia nella vendita online da parte di farmacie e aziende farmaceutiche** che vendono online, contro il 17% che non le ritiene sicure;
- **il 33% degli utenti fiduciosi** negli acquisti online (il 33% del 40%) **preferiscono comunque acquistare tramite farmacie territoriali perché più sicure.**

Riassumendo tali dati, su 100 utenti solo 16 preferiscono gli acquisti farmaceutici online rispetto al sistema fisico a causa della mancanza di sicurezza

Da ciò si riscontra una forte propensione ai presidi per acquisti veloci e privi di altre necessità di operazioni, oltre ai frequenti acquisti con obblighi di ricetta e consulti.

A contrasto con tale tendenza si pone ora una condizione di allerta diffusa nel cittadino che percepisce il locale della farmacia come un canale di vendita con una forte presenza di malatti e di utenti potenzialmente infettivi.

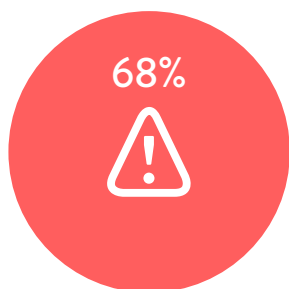
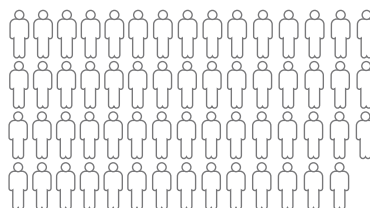
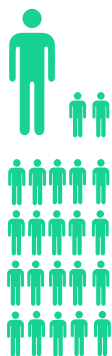
La maggior parte della popolazione, il 68% circa, percepisce infatti il locale della farmacia come un focolaio di infezione, se tale indagine viene riferita ai soli clienti di prodotti secondari, come prodotti cosmetici, naturalistici ed altri, si nota una visione ancora più allertante arrivando al 75% di utenti, fattore importante indice di un calo di vendite elevato nelle categorie di prodotti commerciali ausiliari acquistabili con canali di vendita differenti.



23% Utenza sicura negli acquisti online



77% Utenza, **consapevole (17%)** e **non (60)**, sicura solo negli acquisti fisici nel presidio



Utenza con percezione di allerta per infezione generica nel locale



Utenza con percezione sicura del locale

Nuove necessità nel periodo pandemico

PRESIDI FISICI E OPERATIVITÀ DIGITALE

Riassumendo le difficoltà scaturite dalla crisi sociale, sanitaria ed economica si evidenzia la necessità di trasformazione degli attuali sistemi, in particolare, focalizzando l'intervento nei due canali delle farmacie, **si rintraccia una mancanza importante nelle modalità di vendita, di comunicazione dei prodotti e di organizzazione dei flussi dei clienti, fattori mancanti di caratteristiche idonee ad un'esecuzione della distribuzione in sicurezza scalabile in base al cittadino, alle proprie tempistiche e alle proprie necessità.**

Tale uniformità statica del canale di vendita, ad oggi inglobato nelle attività di slow way a causa dell'**unica possibilità di fruizione tramite interazione interpersonale**, oltre a rappresentare l'ereditarietà di evoluzioni mancanti dei periodi storici precedenti (si noti in tale critica la datazione del regio decreto n. 1265 delle leggi sanitarie, regolatore anche del sistema farmaceutico, al 27 luglio 1934) rappresenta un **fattore di ostacolo e di limitazione** per la sfera di utenza che necessita di consulenze più approfondite con un grado di sicurezza e di presa in carico da parte del personale maggiori.

Le necessità di acquisto dei cittadini e i conseguenti elementi di sviluppo, sia in periodi pandemici che non, sono molteplici e molti di questi trovano alternative in sistemi di distribuzione online non certificati o non ritenuti validi rispetto ai presidi. **La fruizione di modalità digitali assolve problematiche attualmente difficilmente soddisfabili dai presidi fisici** in quanto mancanti di strumenti validi ad acquisire le caratteristiche utili delle vendite online.

La possibilità di un'evoluzione automatizzata e digitale consente di realizzare un'alternativa certificata e sicura, assolvendo la problematica maggiore di mancanza di sicurezza reale e percettiva degli utenti attraverso una gestione di distribuzione diretta dal presidio stesso, ampliando parallelamente le capacità di adattabilità alla persona e la scalabilità delle vendite farmaceutiche.

Di contro gli acquisti di prodotti farmaceutici online sono influenzati da mancanze importanti:

- Mancanza di repentinità d'acquisto
- Riduzione della sicurezza e delle certificazioni dei prodotti
- Possibilità di acquisto limitate
- Possibilità di controllo e di sorveglianza farmaceutica bassa
- Necessità di padronanza del digitale, responsabilità e conoscenza del proprio acquisto

Nella necessità di sviluppo si rintracciano i seguenti bisogni:

- Riduzione delle tempistiche di acquisto
- Riduzione della permanenza nei locali
- Possibilità di informazioni certificate con possibilità di richiesta d'intervento nella scelta
- Maggiore disponibilità e visibilità dei prodotti
- Riduzione del grado di rischio di errata acquisto e mancanza di sicurezza

Nuove necessità nel periodo pandemico

NUOVE MODALITÀ DI DISTRIBUZIONE

Necessità di evoluzione del sistema distributivo

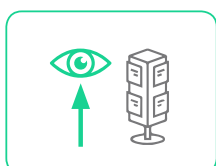
I sistemi farmaceutici attuali non soddisfano le nuove necessità di operatività scaturite dalle trasformazioni degli utenti e dell'assetto sanitario e commerciale nazionale.

A fronte di un aumento di richieste di consulti, visite e consulenze al farmacista da parte della popolazione si affianca un mantenimento delle necessità di acquisto del periodo pre pandemia ed un aumento di richieste di prodotti del periodo pandemico, di beni di prima necessità, farmaci e strumenti di protezione individuale.

I due canali di operatività, slow way e fast way momentaneamente in contrasto, necessitano di una trasformazione, riducendo il carico di lavoro e le tempistiche per le attività di distribuzione per favorire una disponibilità maggiore alle consulenze.

L'evoluzione dell modalità di vendita dei locali permettono una reattività verso le carenze di esposizione, di organizzazione e di sicurezza nate dalla situazione attuale, estendono gli orari utili all'acquisto, soddisfano un'utenza maggiore e riducono le necessità di attesa passiva nel locale favorendone la sicurezza.

Un'evoluzione dei sistemi di distribuzione ad oggi presenti consente un'ottimizzazione del locale in termini di:



• Visibilità dei prodotti

Implementando alternative di presentazione digitale alla perlustrazione degli interni.



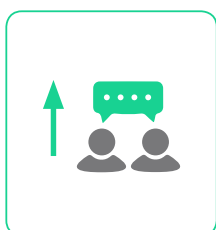
• Ottimizzazione delle code di attesa

Fornendo canali alternativi alle interazioni personali nel locale.



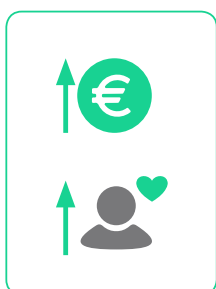
• Diminuzione delle tempistiche per funzioni predefinite

in particolare consente una diminuzione significativa delle attese per operazioni di acquisto.



• Aumento di disponibilità per le attività di slow way

Ampliando il tempo dedicabile ai consulti tra utenza e personale.



• Aumento della produttività e dell'apprezzabilità del locale

Fornendo canali personalizzati, le aspettative dei clienti trovano maggior riscontro aumentando la fidelizzazione al locale.

Nuove necessità nel periodo pandemico

DRIVE TO STORE AUSILIO AGLI ACQUISTI

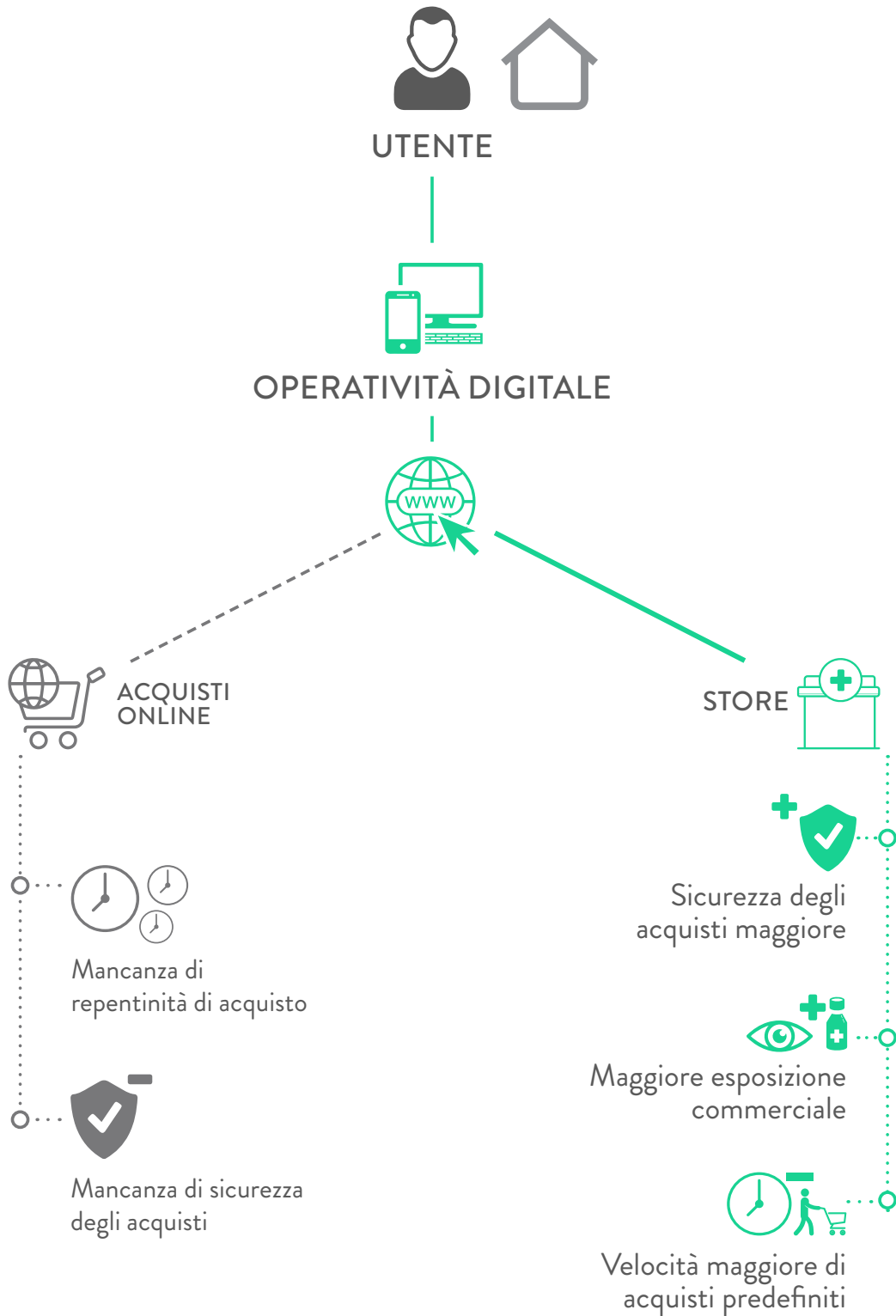
Un'opportunità importante dell'inserimento di operazioni digitali in sistemi fisici, come i presidi farmaceutici, sono le iniziative drive to store.

Tali iniziative sono diffuse come **campagne ed attività digitali che hanno lo scopo di informare gli utenti in modalità remote di eventi e prodotti offerti dai presidi fisici**, sono incentrate principalmente nell'esposizione tramite vetrine digitali delle merci ritenute necessarie ed interessanti al pubblico, nella diffusione promozionale ed informativa delle funzioni di un attività, nell'aumento dell'accessibilità d'informazione del locale e nell'aumento di servizi e prodotti incentrati in categorie di clientela precise, con lo scopo di migliorare l'attrattiva e la fidelizzazione di clienti attraverso esperienze user friendly promozionali e personalizzate. Esempi di strategie di drive to store sono divenute comuni e presenti in sistemi pubblicitari ed informativi senza particolari evidenze rintracciabili, i coupon promozionali da presentare al locale, le pubblicità di esposizione di nuova merce in un settore e gli acquisti digitali di prodotti presenti fisicamente in locali di distribuzione sono gli esempi più diffusi.

L'esposizione di un attività nell'ambiente multimediale è ad oggi un fattore dominante per arrivare al pubblico in maniera ottimale, si rintraccia infatti che circa il 60% degli acquisti tradizionali sono preceduti da una raccolta di informazioni online dinamiche, tali ricerche sono basate su un metodo ROPO (Research Online, Purchase Offline - Ricerca online, Acquisto Offline).

Ad oggi, tenendo presente gli attuali mutamenti dell'utenza, è fondamentale offrire informazione sulle disponibilità di prodotti ed attività legate alle necessità della persona precedentemente allo spostamento e all'interazione fisica con il negozio o con la farmacia.

DRIVE TO STORE



Nuove necessità nel periodo pandemico

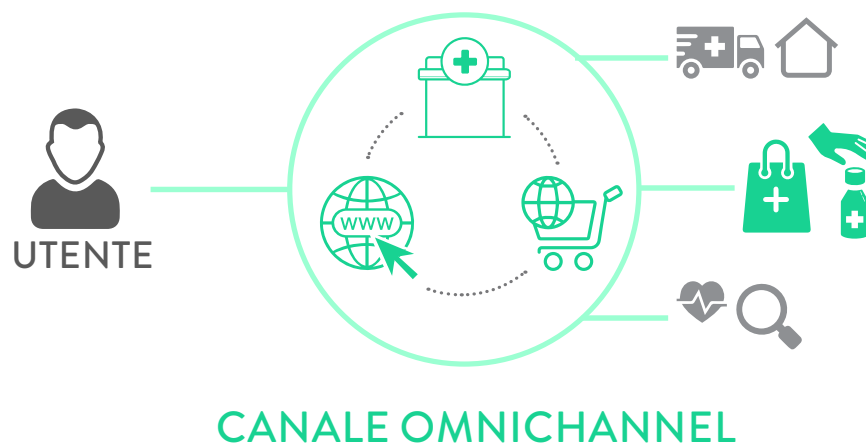
DISTRIBUZIONE OMNICHANNEL

■ Sinergia dei canali analogici e digitali per la realizzazione di un canale di distribuzione multiplo e concorde, a favore di un operatività da remoto da parte dell'utente ed una distribuzione diretta dal presidio caratterizzata da sicurezza negli acquisti, nella gestione degli ordini e delle terapie.

Da queste necessità si evidenzia un impronta di **trasformazione dei canali di distribuzione**, ad oggi spesso operanti tramite modalità di azione analogiche e digitali indipendenti, **in canali omnichannel**, cioè in sistemi in cui le **operazioni digitali e le interazioni fisiche dei locali sono interconnesse e sinergiche, ampliando le possibilità di azione ad una fascia di utenza maggiore, con modalità e tempistiche differenti, migliorando l'influenza delle attività digitali con la sicurezza del presidio fisico**. Esempio calzante di tale operatività si rintraccia in questo periodo storico con la trasformazione degli acquisti di generi alimentari tramite portali online con possibilità di ritiro in negozio o a domicilio. La proflazione digitale dell'attività fisica territoriale unisce e rafforza i pregi e le opportunità offerte dagli acquisti online riducendo drasticamente le mancanze di queste, diminuendo conseguentemente le problematiche relative alla possibilità di contagio da compresenza in locali chiusi e la riduzione delle code e file di attesa.

Elementi principali di tale tipologia di struttura multicanale:

- **Acquisto, ordine e prenotazioni online** in portali certificati di presidi raggiungibili nel territorio, con **conseguente ritiro veloce nel locale** dell'acquisto precedentemente effettuato,
- **Raccolta d'informazioni certificate** dal portale del presidio, inerenti anche la **disponibilità di prodotti e di esami effettuabili**,
- **Fruizione di servizi ausiliari** attraverso un'esperienza digitale user friendly, come possono essere le richieste di consegna e di supporto domestico attraverso richieste digitali tramite mobile device,
- **Possibilità di profilazione certificata del rapporto medico-farmacista-utente-terapie**, in particolare in farmacie abituali di fiducia, tale profilazione consente un'ottimizzazione di acquisti e consulti di percorsi terapeutici ordinari e ricorrenti, riducendo le attività di richiesta e di incontro per verifica di ricette e terapie a favore invece di una cataloghizzazione di un registro sanitario-farmaceutico aggiornabile e rintracciabile digitalmente.



6

Lo sviluppo dello spazio farmacia

L'evoluzione strutturata dei locali
Categorie merceologiche interessate
Prodotti per l'autonomia d'acquisto degli utenti

TRASFORMAZIONE DEGLI SPAZI

Alta specializzazione merceologica ed operativa

Le caratteristiche organizzative e strutturali, i comparti commerciali e la disposizione dei servizi rintracciano una linea guida per la trasmissione di valori definiti.

Seguendo il concetto di **farmacia come centro di salute**, e non soltanto di cura, per il cittadino sono state sviluppate evoluzioni concettuali, strutturali ed operative all'interno dei locali.

Oltre all'aggiornamento dei servizi e delle cure proposte si sono attuate trasformazioni nella definizione dei locali per **migliorare e valorizzare l'interazioni dei clienti con i prodotti e con i trattamenti proposti**.

Si passa dal concetto di farmacia generica a **farmacia pluri-specializzata**, si stabilisce con ciò un'impronta definita dei valori e delle offerte che i locali propongono, sia per differenziarsi nel mercato competitivo sia per offrire una lettura chiara alla popolazione di ciò che possono rintracciare in essa.

Si valorizzano così **caratteristiche tematiche specifiche**, che spaziano dalla zona veterinaria al banco per l'educazione alimentare, alla zona di cura estetica, alla stazione di profumeria, al reparto galenico, olistico e fitoterapeutico, alle zone di ascolto isolate e alle aree di terapie specialistiche.



Sviluppo del locale

TRASFORMAZIONE DEGLI SPAZI

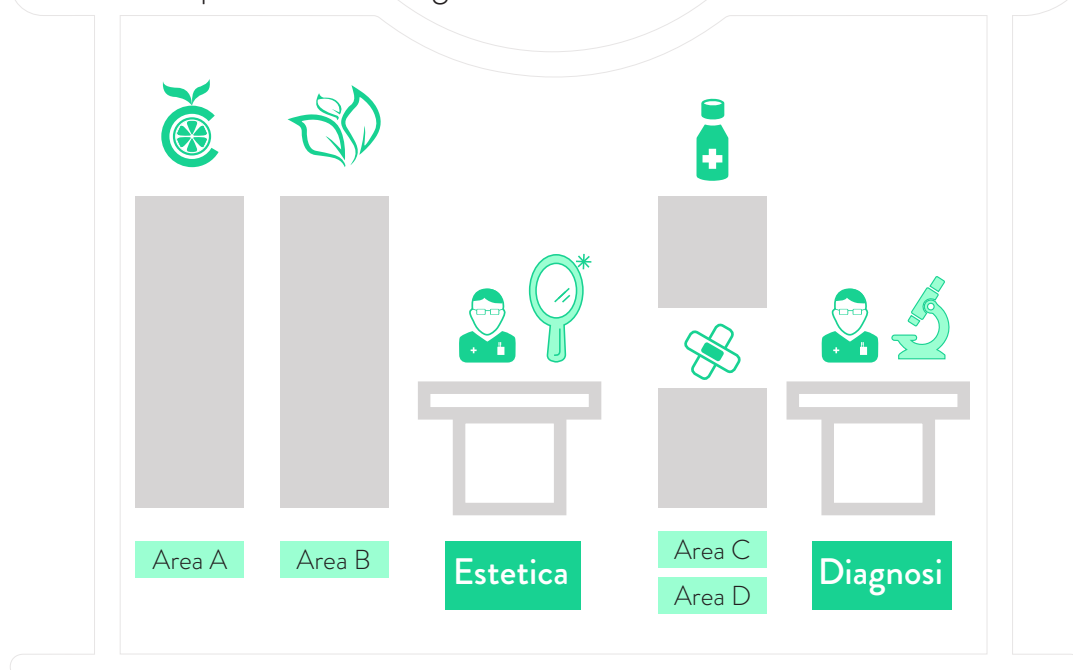
Strutturazione leggibile del locale

Differenziazione dei reparti espositivi

Predisposizione di aree d'incontro

La disposizione e la conformazione dei reparti assume in questa visione un ruolo fondamentale; definire una struttura espositiva leggibile e riconoscibile ed una disposizione di zone d'interazione cliente-personale differenziate permette all'utente di visionare in maniera chiara le differenti aree d'interesse, consente la costruzione e la definizione della propria ricerca, fornendo indicazioni immediate sulle tipologie di prodotti esposti e di conseguenza offre una costruzione del proprio percorso esplorativo dei reparti.

Ad una chiara suddivisione dei prodotti si affianca una differenziazione di zone tematiche d'intervento, in cui gli utenti possono provare trattamenti ed educarsi alla cura e al benessere. Si costituiscono così i banchi e le aree tematiche sopra citate, rivolte ad incontri in cui clientela e personale interagiscono.



La disposizione del locale stabilisce così una struttura a favore della visibilità e della valorizzazione espositiva, stabilendo i seguenti elementi guida:

Isole di prodotto

Isole merceologiche distinte e riconoscibili. Aumenta la visibilità e la chiarezza dei prodotti, offre una lettura veloce del locale e migliora la ricerca specifica del cliente.



Definizione di un percorso di acquisto

Definendo le isole di prodotto si dispone lo spazio secondo percorsi espositivi definiti, in cui aree tematiche affini si susseguono e si integrano. Definire una struttura guidata nell'plorazione del locale amplia la visione dell'utente verso nuove categorie di prodotti.



Sviluppo del locale

TRASFORMAZIONE DEGLI SPAZI

Ritmica espositiva

La ritmica espositiva differenzia i vari reparti e suddivide l'attenzione del cliente in differenti visioni. Regolare gli spazi allestiti, gli spazi di movimento e la priorità di visione di una gamma di prodotti rispetto ad altri forma una guida di lettura dell'ambiente.



Punti di contatto diffusi

Definizione di aree tematiche d'intervento e d'incontro per trattamenti e sedute di formazione.

L'implementazione dei servizi come caratterizzazione tematica spaziale nel locale oltre a valorizzare e pubblicizzare le interazioni operative svolgibili, fornisce una consapevolezza della natura della tematica trattata ai clienti, promuovendone curiosità, anche dal punto di vista commerciale.



sulla molteplicità di esposizioni legate alla cosmesi e alla sfera femminile, così come si differenzia un presidio basato sull'alimentazione naturale e i prodotti fitoterapici, maggiormente caratterizzato da elementi che richiamano la natura e gli ambienti vegetali e legnosi. Gli spazi sono strettamente legati alla struttura che ospita le attività e spaziano in differenti composizioni.

Farmacie strutturate e
categorie merceologiche

Farmacia Saleri

Brescia (Bs)

Alta differenziazione degli spazi espositivi e delle categorie merceologiche

Definizione di aree d'incontro e di intervento

- cabina vaccini
- cabina estetica
- corner nutrizionale
- salotto d'incontri

Dislocazione di diverse aree di servizio del personale

Allestimento di temporary shops con esposizioni temporanee di marchi e produttori

(foto 3 - temporary shoop calzaturiero)





Farmacia Saleri

Brescia (Bs)





Farmacia Stella

San Giovanni al Natisone (UD)

Alta differenziazione degli spazi espositivi e delle categorie merceologiche

Forte impronta all'educazione alimentare e all'integrazione sportiva

Disposizione di diverse stazioni di ascolto e di stazionamento private e aperte

Definizione di aree d'incontro e di intervento

- Nutrinional bar
- Beauty corner
- Stazioni di ascolto e consiglio
- Spazi esclusivi per consulti privati





Farmacia Stella

San Giovanni al Natisone (UD)



prevenzione e salute



Farmacia Costabile

Vico Equense (NA)

Impronta commerciale esplorativa marcata, percorso di acquisto perimetrale al locale

Stazioni di ascolto e consulto multiple con relativi reparti tematici

Ottimizzazione della farmacia storica in farmacia plurispecializzata in benessere e nutrizione.





Farmacia Costabile

Vico Equense (NA)





Farmacia Monari

Torino (TO)

Integrazione di un sistema di controllo delle file a prenotazione attività tramite chiamata a schermo - ottimizzazione delle tempistiche e maggiore libertà di esplorazione durante l'attesa

Disposizione di schermi informativi lungo il presidio

Presidio di medie dimensioni con forti caratteristiche organizzative, logistiche ed informative, l'alternanza di esposizioni commerciali materiali, a pannelli informativi e monitor saltafila ottimizzano l'esposizione ai clienti, aumenta l'esplorazione informativa degli stessi ed organizza le tempistiche di acquisti al banco e consulti, aumentando i tempi attivi esplorativi.





Farmacia Monari

Torino (TO)





Farmacia Appia

Fondi (LT)

Locale con categorie merceologiche altamente differenziate, specializzato in alimentazione, con piano dedicato, celiachia, prodotti per bambini ed estetica.

Disposizione delle isole di prodotto chiara e contrastante

Zone d'incontro ed interazione molteplici con libertà di utilizzo autonoma o con intervento del personale





Farmacia Appia

Fondi (LT)





CATEGORIE MERCEOLOGICHE

CATEGORIE MERCEOLOGICHE E REPARTI SPECIALIZZATI

Le Farmacie e parafarmacie evolvendosi hanno caratterizzato la natura merceologica offerta, proponendo sempre più un carattere specializzato in reparti tematici. Le categorie di prodotti e servizi offerti sono differenti in base al presidio e spesso sono relazionati alla tipologia di clientela predominante, alla zona di servizio del locale, ai valori e alla formazione del personale operante.

Le macrocategorie rintracciabili sono le seguenti:





Cosmesi e dermocosmesi

Reparti merceologici e applicativi ampiamente proposti in diversi presidi, nella cosmesi rientrano una varietà molto ampia e diversificata di prodotti utili al miglioramento estetico, igienico e qualitativo della persona, per dermocosmesi invece si intendono tutti i prodotti di cosmesi attui ad azionare processi di differenti tipologie nell'utilizzatore tramite principi attivi.

Rientrano in tali categorie prodotti quali:

- Creme, emulsioni, lozioni, gel e oli per la pelle,
- Trucchi e struccanti (rossetti, ciprie, fondotinta ...)
- Prodotti per la cura della pelle,
- Prodotti per la depilazione,
- Prodotti di parrucchieria e per la cura del capello,
- Prodotti per mani ed unghie,
- Prodotti solari ed autoabbronzanti,
- Prodotti per l'igiene orale,
- Prodotti d'igiene e di profumeria.



Strutture e configurazioni delle farmacie

CATEGORIE MERCEOLOGICHE

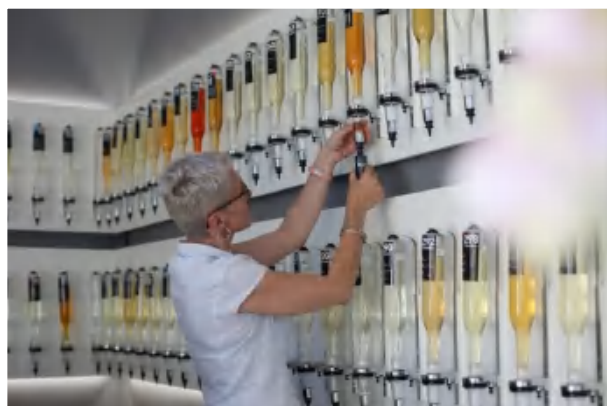


Profumeria

Reparto dedicato a profumi ed essenze, per la persona e per l'ambiente. I prodotti di profumeria si rintracciano nella sezione cosmesi in quei presidi in cui non sono stati valorizzati con un'impronta sufficiente per dedicargli isole di prodotto specifiche.

Nel reparto profumeria si rintracciano:

- Profumi ed essenze per la persona; multi brand, equivalenti o sfusi alla spina,
- Profumi ed essenze ambientali,
- Prodotti di cura per capelli e per la cute
- Essenze e lozioni per l'igiene e la cura della persona,





Igiene

Categoria di prodotti per la pulizia e l'igiene personale e ambientale. Si ritrovano in questa categoria sia i prodotti d'uso, come shampì, saponi, dentifrici ecc. sia gli accessori e gli ausili utili come spugne, salviette, spazzolini ed altri.

Prodotti per l'igiene:

- Shampì, saponi, bagnoschiama, sali da bagno, spugne, guanti scrubs, cuffie da doccia e altri articoli per la pulizia personale,
- Dentifrici, colluttori, fili interdentali, spazzolini e altro per la cura orale,
- Detergenti, disinfettanti, saponi per la pulizia degli ambienti,
- Prodotti per capelli e trucchi nel caso il presidio non disponga delle apposite isole di prodotto specifiche.



Strutture e configurazioni delle farmacie

CATEGORIE MERCEOLOGICHE



Integrazione sportiva

Categoria rivolta alla sfera sportiva e alla nutrizione, prodotti alimentari, integrativi ed energetici, che spaziano dal miglioramento delle performance, ad alimenti di recupero, integrazione di macronutrienti e mantenimento alimentare.ù

Spesso viene integrato nei reparti di nutrizione ed alimentazione speciale.

I prodotti interessati sono principalmente:

- Integratori, proteine, amminoacidi e altri alimenti con macronutrienti specifici
- Barrette energetiche e snack per pre e post allenamento
- Alimenti dietetici e di mantenimento alimentare





Produzione galenica

Per prodotti galenici si intendono tutti i preparati realizzati dal farmacista in laboratori galenici, solitamente interni al locale.

Si differenziano i farmaci galenici o preparazioni galeniche magistrali, realizzati sulla base delle necessità e della prescrizione del cliente, e i preparati galenici o preparazioni galeniche officinali, composti pronti all'uso realizzati dal farmacista attenendosi alle formule previste dalla farmacopea ufficiale.

Le aree d'interesse dei preparati galenici spazia in ogni ambito dei prodotti farmaceutici, dalla veterinaria, agli integratori, cosmesi e dermocosmesi, cura del capello, pomate e soluzioni mediche e prodotti per bambini.



Strutture e configurazioni delle farmacie

CATEGORIE MERCEOLOGICHE



Erboristeria

Per erboristeria si intendono i prodotti che comprendono piante officinali, erbe mediche, terapeutiche e lenitive in differenti forme, si ritrovano sia tipologie di prodotti sfusi in versione naturale, a foglia, fiore o sotto altri parti scomposte del prodotto e in versione elaborata come estratti, soluzioni e creme, sia in elementi preconfezionati, commerciali ed industriali o artigianali.

I prodotti proposti nei reparti di erboristeria sono:

- Piante officinali sfuse o preconfezionate
- Estratti officinali naturali, rimedi omeopatici
- Prodotti alimentari biologici ed integratori
- Infusi e tisane, tinture ed olii essenziali e cosmetici naturali





Nutrizione ed intolleranze

I reparti di alimentazione in farmacie e parafarmacie dispongono di cibi, bevande e prodotti mirati a mantenere un regime alimentare specifico o a favorire elementi nutrizionali particolari, sono presenti categorie di prodotti specifici per intolleranti, come prodotti senza glutine, senza lattosio, aproteici e altro, prodotti con caratteristiche biologiche e prodotti con proprietà nutrizionali alte o specifiche.

In base allo spazio dedicato possono sorgere isole di prodotto molto ampie che assumono una disposizione simile a quello di negozi di generi alimentari.

Tra le tipologie di prodotti si ritrovano differenziazioni in :

- Prodotti per intolleranze
- Integrazione e macronutrienti specifici
- Bio alimenti e cibi naturali
- Diete specifiche, vegane, vegetariane, ipoglicemiche e altro



Strutture e configurazioni delle farmacie

CATEGORIE MERCEOLOGICHE



Reparto per la cura ed il benessere degli animali domestici e non, comprende prodotti alimentari, farmaceutici e terapeutici, prodotti accessori ed ausili utili come possono essere collari, trasportini, culle, prodotti per l'igiene animale, accessori per cani e gatti, prodotti per la cura orale e per i bisogni in ambito domestico.

Prodotti di veterinaria nei presidi:

- Prodotti alimentari, dietetici e integrativi,
- Igiene e pulizia,
- Farmaci e medicinali, con o senza prescrizione,
- Accessori e prodotti di utilizzo, di sicurezza e d'interazione.





Infanzia e sviluppo

Spazio dedicato alla cura del bambino, dispone di prodotti alimentari e d'integrazione, igiene e pulizia, prodotti interattivi di gioco e di conoscenza, strumenti utili alle interazioni genitore figlio nelle fasi di allattamento e alla suzione.

I prodotti maggiormente presenti sono:

- Latti artificiali, composte ed alimenti, integratori e farmaci per l'integrazione e l'alimentazione;
- Prodotti per l'igiene e la pulizia del bambino,
- Prodotti d'abbigliamento, pannolini, ciucci e biberon,
- Attrezzature e strumenti utili alla crescita, strumentazione di allattamento, aerosol, sterilizzatori)
- Giochi e prodotti interattivi



Strutture e configurazioni delle farmacie

CATEGORIE MERCEOLOGICHE

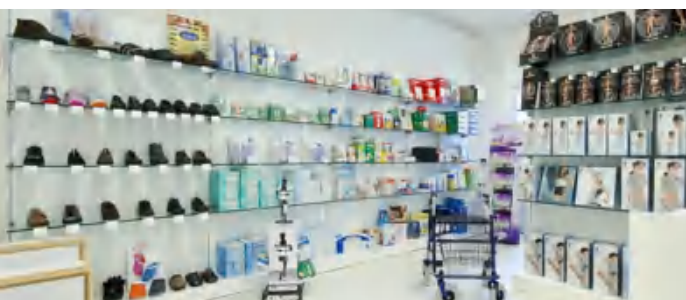


Ortopedia

Prodotti dedicati alla mobilità dell'utente, alla prevenzione e cura dei movimenti e delle azioni per specifiche condizioni di difficoltà articolare, trattano sia condizioni di difficoltà croniche e durature o offrono ausilio per condizioni temporanee od eventi acuti. Si possono rintracciare strumentazioni di sostegno, come stampelle, treppiedi, girelli, carrozzine, busti ortopedici e altro, sia applicazioni di contenimento.

Prodotti presenti nella categoria:

- Cerotti ed applicativi per l'infiammazione articolare e muscolare,
- Sostegni temporanei, fasciature, tutori, protezioni articolari e muscolari,
- Ausili rigidi posturali e sostenitivi, come stampelle, treppiedi e altre tipologie simili,
- Abbigliamento e calzature con caratteristiche specifiche.





Medicazioni e primo soccorso

Categoria molto ampia e presente in ogni presidio, sono presenti farmaci e prodotti per la medicazione di varia entità.

Reparto con prodotti a finalità emergenziale in seguito a lesioni, infiammazioni, tagli, fratture e altre tipologie di lesioni.

Sono presenti creme, unguenti, gel, soluzioni e applicativi di diverse tipologie, oltre alle fasciature, alle garze, ai cerotti e protezioni varie.

Prodotti principali:

- Protezioni e coperture sterili, cerotti, garze, fascie e altro,
- Prodotti anti-infiammatori, creme, lozioni, soluzioni, pomate ed estratti,
- Prodotti cicatriziali e rimedi per scottature
- Kit di pronto soccorso



Strutture e configurazioni delle farmacie

CATEGORIE MERCEOLOGICHE



Farmaci OTC

I farmaci OTC (over the counter - farmaci da banco) sono farmaci di automedicazione con possibilità di acquisto in autonomia dai clienti, si trovano esposti nel locale (a differenza dei farmaci SOP, senza obbligo di ricetta ma acquistabili solo dalla distribuzione del farmacista).

In questa categoria di farmaci si trovano prodotti in pastiglie, capsule, soluzioni, pomate, shampì, colliri, dentifrici e colluttori e altri, con finalità multiple e disparate, dal lenimento dei sintomi influenzali, da raffreddamento, antidolorifici leggeri, disinfettanti, antifungini, gastroprotettori e antiacidi e altro.



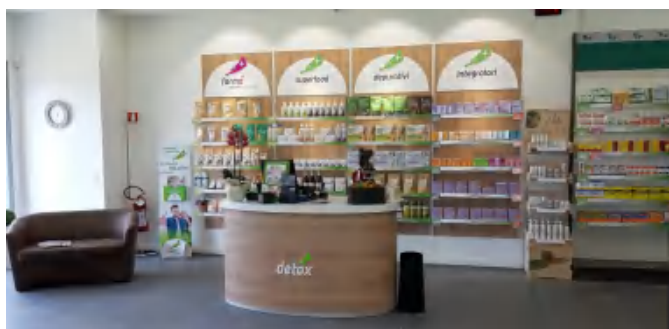
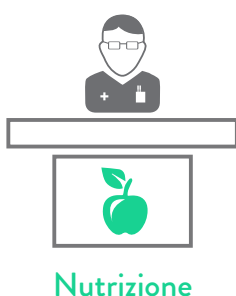
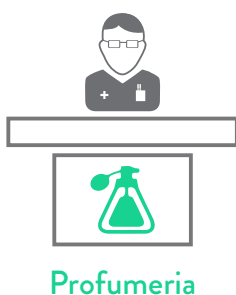
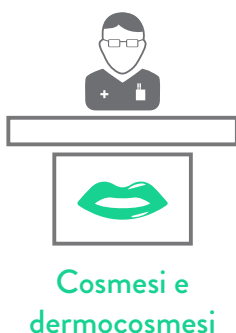
Strutture e configurazioni delle farmacie

STAZIONI DI CONSULTO E TRATTAMENTO

Oltre alla dispensazione di prodotti e di servizi di screening e monitoraggio nei presidi farmaceutici e parafarmaceutici si è attuata un'evoluzione alle stazioni d'incontro cliente-personale mirate ad offrire consigli e trattamenti mirati, specializzati in determinati campi applicativi, in particolare molto presenti sono i banchi estetici, banchi di profumeria e banchi nutraceutici.

In tali stazioni la persona viene accolta e seguita dal personale del locale per acquisire consigli e conoscenza su determinati prodotti e trattamenti con la possibilità di eseguire percorsi di benessere e di cura della tipologia trattata.

Tipologie di stazioni



Autonomia del cliente.
Prodotti e sistemi affini

Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

CHIOSCHI SELF-CHECKOUT

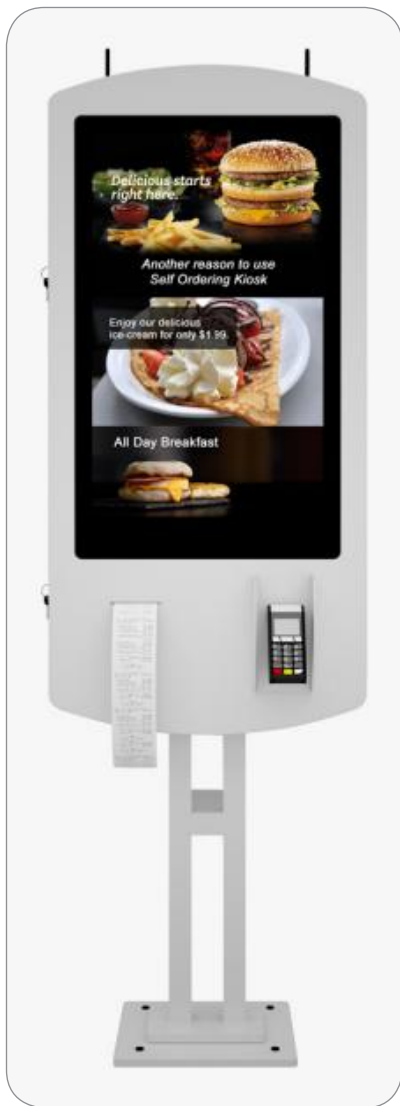
Autonomia nella finalizzazione degli acquisti

I chioschi self - checkout sono dispositivi e strutture che offrono al cliente la possibilità di finalizzare i propri acquisti. Sono presenti in differenti tipologie, da banco, parietali e a colonna, con caratteristiche e modalità di utilizzo differenti in base al reparto trattato.

Sono diffusi principalmente nel settore gastro alimentare. La tipologia più comune sono le casse veloci presenti in diversi supermercati, in cui l'utente si occupa della scannerizzazione dei propri prodotti per poi effettuare il pagamento e il confezionamento della propria spesa.

Alcuni di questi sistemi eliminano la necessità di scannerizzare il prodotto, affidando il riconoscimento degli acquisti a fotocamere ad elaborazione d'immagini abbinate a software di riconoscimento.

In base alla tipologia della stazione si rintracciano particolarità e funzionalità differenti, come piani di appoggio dotati di sistemi di bilancia e rilevamento prodotti non scannerizzati, scanner parietali automatici o da banco, moduli per il pagamento contanti o tramite carte ed altri.



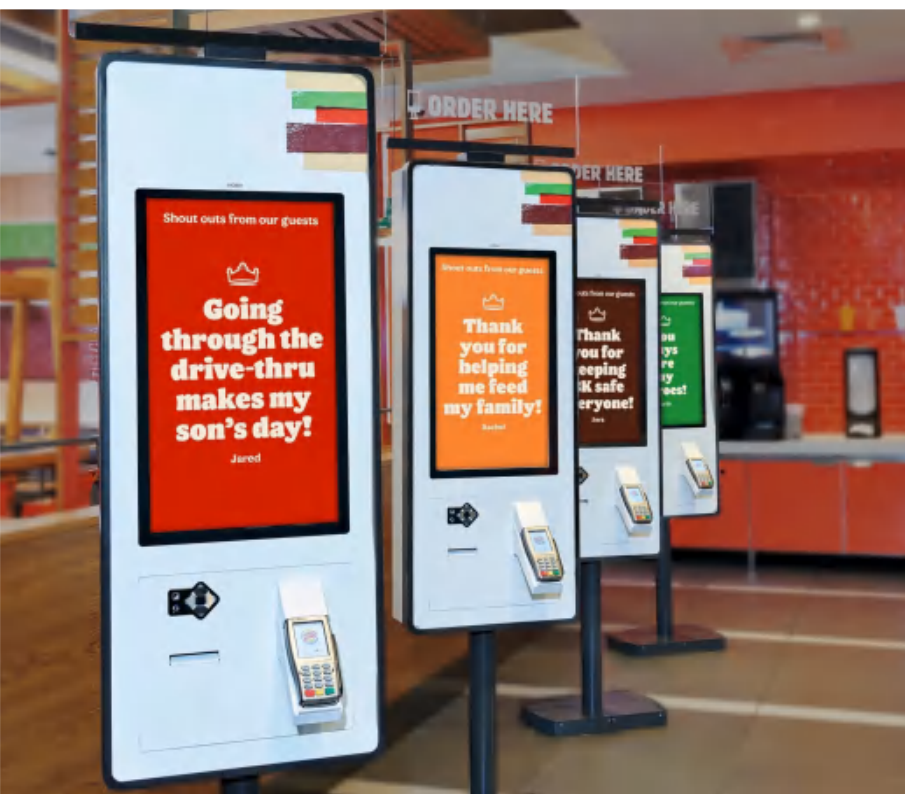
Totem di prenotazione - Totem kiosk

Non rientrato nella categoria del self-checkout essendo elementi di prenotazione e scelta degli ordini tramite interazione a schermo. Affidano all'utente l'autonomia di prenotazione e di configurazione dell'acquisto per poi fornire indicazioni al reparto di preparazione con sistema di avviso all'utente nel momento di ritiro dei prodotti

Interazione a schermo per preparazione ordini e pagamento

Sistemi di pagamento digitali o tramite carta, prenotazione in cassa per pagamenti in contanti

Stampaggio di scontrino fiscale utile per il ritiro dell'ordine



Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

Chiosco per self-checkout touchless - con sistema di riconoscimento prodotti

Cassa di self-checkout priva di sistemi di scanner manuale in carico all'utente.

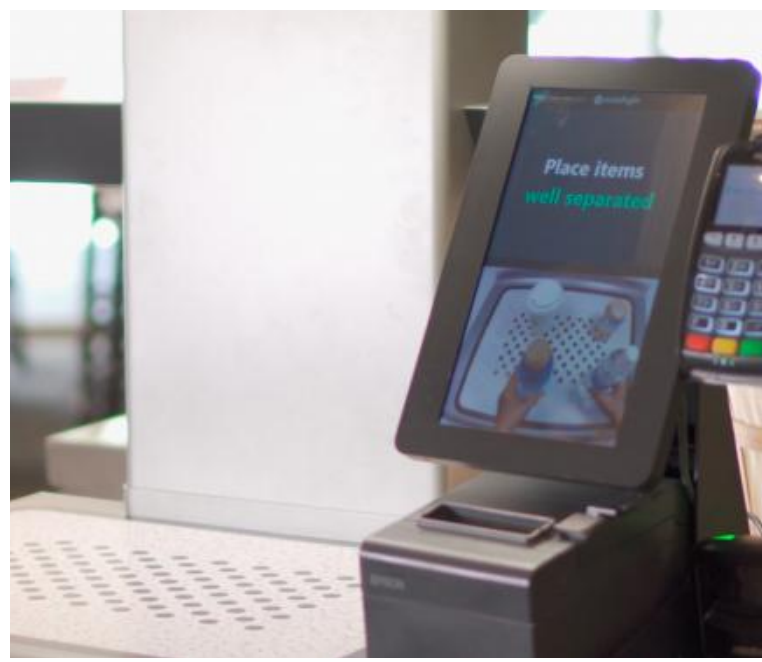
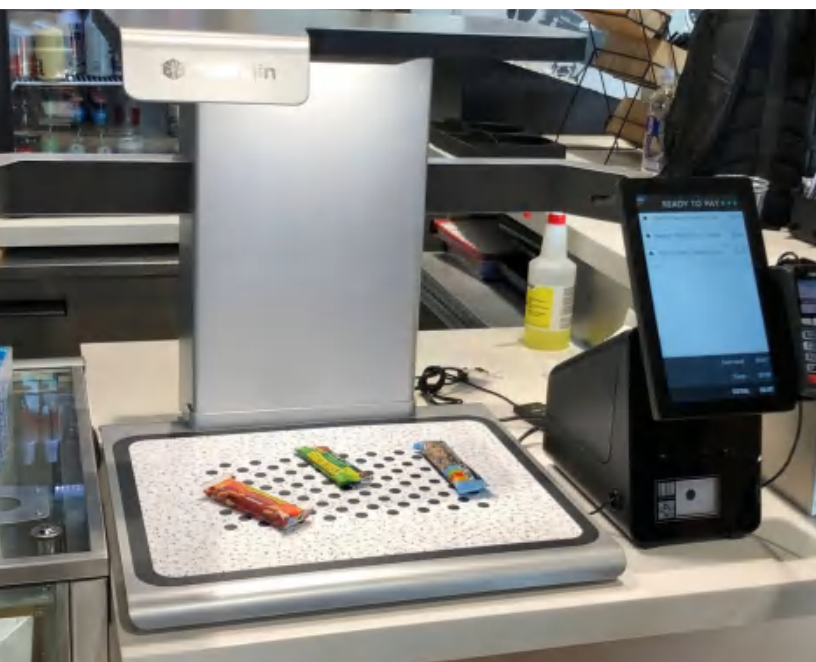
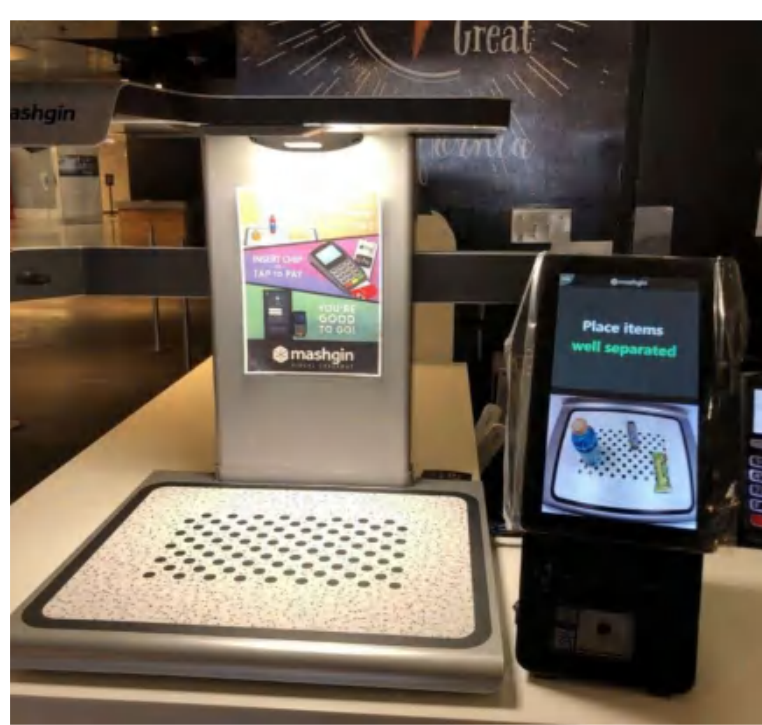
La fase di scannerizzazione dei prodotti non viene più incaricata ad azioni manuali degli utenti ma si esegue automaticamente poggiando i prodotti sul piano tramite un sistema di telecamere a riconoscimento ed elaborazione d'immagini. Il prodotto di esempio (chiosco Mashgin-ioresource) è utilizzato nei punti caffè aeroportuali.

Interazione touchless per il riconoscimento dei prodotti

Serie di operazioni manuali necessarie estremamente ridotta, interazione utente - macchina solo per terminare il pagamento.

Pagamento esclusivamente digitale





Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

Stazioni Self-checkout

Casse selfservice con struttura a stazione di appoggio, principalmente diffuse nei supermercati. Permettono la finalizzazione degli acquisti seguendo una fase di scansione dei prodotti su piano o tramite scanner manuale mobile e il successivo pagamento (generalmente tramite carta, alcuni prodotti consentono un pagamento in contanti).

Sono costituite da piani di appoggio pre e post scansione, in quest'ultimo vi è un sistema di riconoscimento di prodotti e in modelli utilizzati in reparti alimentari spesso da bilance pesa prodotto, accolgono uno o più schermi interattivi, sistemi di pagamento pos ed indicatori luminosi per indicatore feedback di funzionamento e richiamo del personale preposto nel momento del bisogno d'intervento.

Sistema a stazione di appoggio multiplo

Self scanning in piano o manuale

Riconoscimento dei piani e dei prodotti con avviso di mancata scannerizzazione di prodotti

Schermi interattivi con lettura delle operazioni e modifica dell'ordine



Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

Self-checkout Ncr

Sistemi leader del settore, primi produttori della tipologia delle casse self service.

I prodotti esposti seguono la categoria delle stazioni di self-checkout.

Dispongono della possibilità di pagamento in contanti (1) oltre dei pagamenti pos e digitali.

Dispongono di piani di appoggio in entrambi i lati, il lato corto (2) per appoggio della spesa e il lato maggiore per imbustamento e appoggio dei prodotti scannerizzati (3) con bilancia di sicurezza, piano di scanner con doppio sistema di riconoscimento verticale e orizzontale (4), strutture porta buste (5), schermo interattivo (6), lettore pos integrato o compatibile (7) e sistema di segnalazione e richiamo per il personale (8).

Amplie aree di appoggio

Sistemi di verifica dei prodotti scannerizzati

Possibilità di pagamento in contanti

Ingombro consistente

Numero di operazioni e movimenti necessari alto



SSCO – SELF CHECKOUT
Ncr Corporation



R6L PLUS
Ncr Corporation



Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

Self-checkout Toshiba

Stazioni con configurazione con sistema di pagamento in contanti (1) e contacless (2). Il prodotto in questione dispone di scanner manuale (3) e piano di scanner con bilancia (4).

Configurazioni multiple con differenti funzionalità di scanner e disposizioni di piani di appoggio multiple.





SYSTEM 7
Toshiba



Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

Self-checkout StrongPoint

Stazione con caratteristiche affini alle precedenti, mantiene la configurazione con doppio piano di appoggio laterale e postazione di scannerizzazione centrale.

Mantiene una divisione strutturale in cui schermo, pos e stampante termica sono affidate a sostegni verticali posti sopra il corpo della struttura, a cui sono affidate le modalità di pagamento in contanti, lo scanner ed i piani.





Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

Terminale Self-checkout

Tipologia di chioschi per il Self-checkout compatti in cui le funzioni sono affidate ad un terminale che consente di scannerizzare i prodotti e procedere al pagamento seguendo un monitor interattivo.

Configurabili con una sistemazione a banco, parietale o a piedistallo.

Non permettono il pagamento in contanti a favore di una minore dimensione d'ingombro. Sono utilizzati principalmente in locali in cui gli acquisti degli utenti sono contenuti e non caratterizzati da un alto numero di prodotti, per esempio sono presenti in alcuni esempi di librerie.

Dimensioni contenute e facilità di locazione e installazione.

Alta configurabilità con piedistalli, banchi e pareti personalizzate.

Mancanza di:

- piani di appoggio,
- porta sacchetti,
- bilance
- sistemi di pagamento in contanti

Sistema di disattivazione di elementi antitaccheggio singolo disposto nella locazione dello scanner.



SELFSEV 90 KIOSK



BD ROWA SELF-CHECKOUT



BEETLE /iSCAN EASY EXPRESS



Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

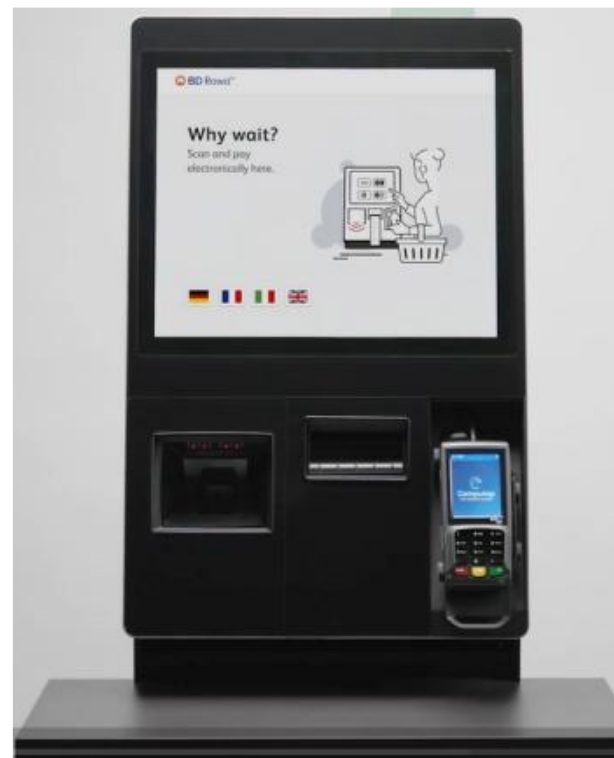
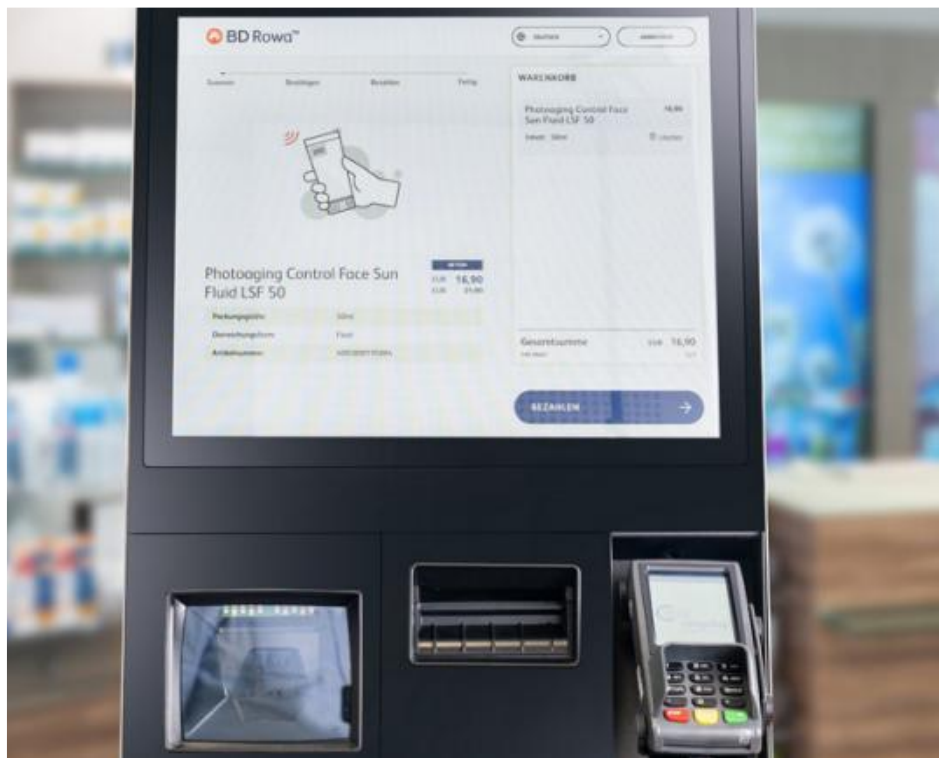
Terminale Self-checkout BD ROWA

Sistema Self-checkout progettato per l'utilizzo in presidi farmaceutici. Il chiosco è ideato per installazione ad appoggio, mantiene le funzioni base di scannerizzazione, interazione a schermo e pagamento tramite Pos, con possibilità di installazione di modulo di disattivazione della traccia antifurto dei prodotti.

Il sistema prevede due differenti modalità di utilizzo, una affidata al cliente per effettuare i propri acquisti, l'altra per il personale del locale, che gli consente di tenere traccia delle vendite effettuate dal terminale e permette il pagamento di farmaci non da banco.



- 1 Schermo touch screen
- 2 Scanner
- 3 Avviso luminoso per intervento del personale
- 4 Stampante termica
- 5 Locazione per sistema di pagamento POS
- 6 Modulo di disattivazione della traccia antifurto dei prodotti



Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

Self-checkout a piedistallo

Tipologia di dispositivi con appoggio da terra tramite piedistallo. La struttura funzionale è affidata al corpo del terminale in cui si rintracciano differenti tipologie di schermi, scanner e sistemi di pagamento. Le strutture portanti differiscono in base alla necessità di piani di ripiano o appoggi.

Tali sistemi non dispongono di pagamenti in contanti per la struttura a che li contraddistinguono.

Le configurazioni a piedistallo sono spesso relazionate a possibilità di composizione a terminale parietale o da banco.

Tali strutture sono poco diffuse e spesso vengono utilizzate in locali di ristorazione, sostituiscono i totem di prenotazione e mantengono le stesse funzioni.



SELFSEV 90 KIOSK



SYSTEM 7 - Toshiba



HS520M - Histone



Principali tipologie di prodotti

DISPOSITIVI PER L'AUTONOMIA DEL CLIENTE

SELF SCANNING

La pratica del self scanning offre la possibilità ai clienti di usufruire di scanner portatili all'interno dei locali commerciali, permettendogli di acquisire informazioni sui prodotti interessati scannerizzandone i codici a barre o 2D.

Tale sistema è offerto solitamente ai clienti che dispongono di carte fedeltà per facilitare il tracciamento della spesa durante il percorso di acquisto.

Tramite i dati raccolti con tali scanner è possibile velocizzare le operazioni di self-checkout nelle apposite casse effettuando solamente il pagamento della merce.

Oltre a favorire le operazioni di acquisto, tale sistema offre ampie possibilità d'intervento nella comunicazione e nella reperibilità delle informazioni dei prodotti.

Riduzione delle operazioni e delle tempistiche di pagamento

Amplie possibilità d'acquisizione d'informazioni sui prodotti



7

Concept e definizione
del progetto



CONCEPT

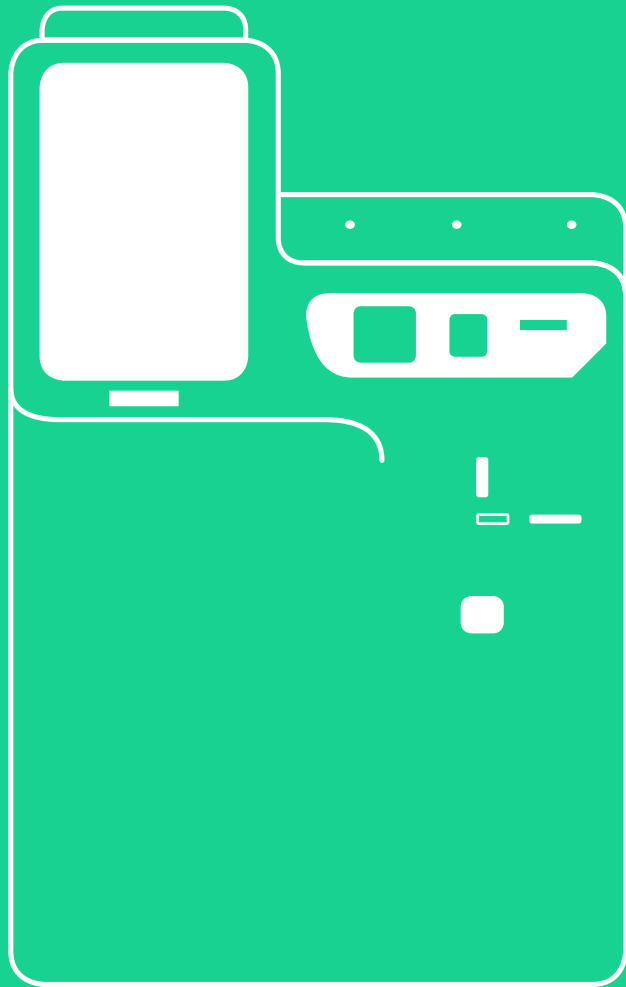


Valorizzazione del RUOLO
DI PROTAGONISTA e
AUTONOMIA del cliente

EDUCAZIONE
ALL'ACQUISTO e alla
conoscenza dei prodotti

Realizzazione di un CANALE
OPERATIVO VELOCE nei
presidi farmaceutici





STAZIONI SELF SERVICE PER L'UTENTE



Modulo interattivo per la consultazione e la ricerca d'informazioni sui prodotti da banco delle farmacie e parafarmacie



Dispositivi di self-checkout per la finalizzazione autonoma degli acquisti



Punti di prenotazione di visite ed eventi nel presidio.



Raccolta di informazioni e possibilità di realizzazione di schede personali sulle proprie esperienze d'acquisto.

Concept e definizione del progetto

IL CLIENTE, PROTAGONISTA DELLO SPAZIO

Il cliente entra nella farmacia per arricchirsi di contenuti e di significati e quindi di vivere un'esperienza che gli consente di educarsi, d'informarsi, d'interagire con le persone e con i prodotti, sia dal punto di vista emozionale che di contenuti e significati.

Alessia castelli - responsabile marketing AMLAB

È necessario offrire ai nostri clienti maggior dialogo, vicinanza e soprattutto dare la possibilità a loro di fare un viaggio esperienziale all'interno della farmacia.

Ho voluto una farmacia che potesse arricchire le persone di valori, di esperienza e di consiglio.

Dott.ssa Erika Stella - Responsabile della Farmacia Stella (San Giovanni al Natisone UD)

La progettazione degli spazi e dei servizi offerti dai nuovi concetti di farmacia sviluppa una nuova visione incentrata non solo sui bisogni ma soprattutto sull'**esperienza dei clienti** all'interno del presidio.

Al ruolo di dispensatore del farmaco e di servizi fruibili dai soggetti si affiancano una serie di attenzioni che coinvolgono l'**interesse informativo e interattivo della persona**, con lo scopo di **sviluppare una curiosità ed una consapevolezza maggiore** dei prodotti proposti e del proprio benessere.

■ Visione della cura dell'utente non più basata sulla necessità e sul bisogno ma sulle attenzioni e sullo sviluppo personale che questi ricerca nella farmacia.

■ Offrire nuove conoscenze, nuove modalità di scoperta per la cura e l'arricchimento della persona.

■ Permettere di soddisfare le aspettative del cliente, rendendolo consapevole e capace di costruire una propria interazione con il locale, renderlo protagonista della propria esplorazione, delle interazioni e delle tempistiche a lui più consone.

Concept e definizione del progetto

IL CLIENTE, PROTAGONISTA DELLO SPAZIO

Trasformazione del focus della farmacia.

Da centro risolutivo di un bisogno occasionale a spazio fruibile dall'utente.

L'approccio dell'utente in farmacia si amplia.

Oltre alla necessità di cura si ricercano nuove soluzioni, maggiore consapevolezza e un'adattabilità alle aspettative della persona.



L'esperienza che gli utenti vivono in relazione ai presidi è relazionata a differenti elementi sinergici:

- 1 SCOPO DI FRUIZIONE** dell'utente; commerciale, screening personale e diagnostico e attività terapeutiche o migliorative.
- 2 INTERAZIONE PERSONALE O INTERPERSONALE**; necessità e richiesta di interventi degli operatori del presidio, o intenzione ad una maggiore indipendenza di fruizione.
- 3 ASPETTATIVA TEMPORALE**; propensione ad attività lenta o veloce, apprezzabilità del consulto o intenzione di svolgimento di operazioni veloci in autonomia.
- 4** Il grado di apprezzabilità di **ESPLORAZIONE COMMERCIALE** dei prodotti, ciò può trasmettere curiosità, conoscenza, autonomia e consapevolezza di acquisto nei clienti, o in mancanza di uno schema informativo chiaro, può portare ad una scarsa esplorazione e alla necessità di richiesta delle informazioni al personale.
- 5 ATTIVITÀ TEMATICHE MIRATE** alla cura della persona, differenti in base all'offerta del presidio e della tematica trattata; sedute di bellezza, parrucchieria, cura all'alimentazione, integrazione alimentare, fitoterapia, personalizzazione di cure galeniche, servizi psicologici e psicomotori.

Gli elementi sopracitati sono fortemente relazionati all'intenzionalità degli utenti. Differenti tipologie di attività e di approccio tra cliente, farmacia e personale operante rispecchiano altrettanti differenti percorsi esperenziali basati fortemente sulle preferenze della persona.

Concept e definizione del progetto

IL CLIENTE, PROTAGONISTA DELLO SPAZIO

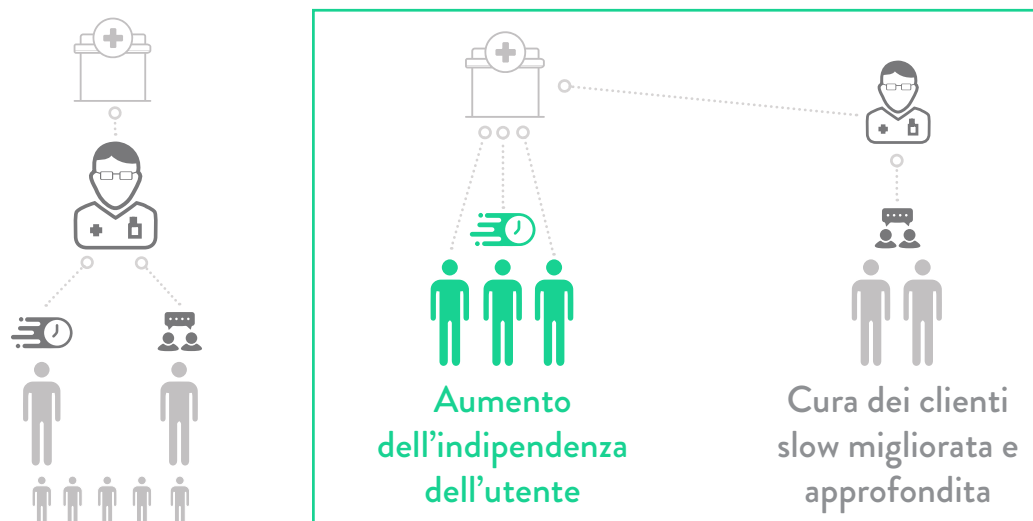
Dagli elementi sopra citati si osservano tipologie di utenti con aspettative e modalità differenti con cui si avvicinano ai presidi.

I locali in base a questa differenziazione devono essere in grado di fornire molteplici canali d'uso, per ottimizzare il proprio ruolo ed aumentare la propria apprezzabilità.

Attività veloci ed autonome, come gli acquisti, la ricerca d'informazioni, l'plorazione conoscitiva dei prodotti e delle terapie attuabili nel locale, ad oggi, **confluiscono per mancanza di alternativa nel canale slow** riducendo:

- l'autonomia dell'utente,
- la capacità di utilizzo e le opportunità che questo ha nelle interazioni con il locale,
- aumentando le tempistiche di coda generali,
- riducendo la presa in carico di utenti che necessitano di consulto.

Differenziazione dei canali



Elementi necessari per l'aumento dell'autonomia dell'utente ed il miglioramento dell'esperienza di utilizzo del locale:

Sistema informativo

Capacità nell'esplorazione commerciale

L'utente deve essere in grado di esplorare la farmacia, con strumenti che gli consentono di acquisire conoscenza su ciò che visiona, strutturando le informazioni in modo da renderlo sicuro sul prodotto o servizio interessato.

- Fornire conoscenza e sicurezza nell'acquisto.
- Aumentare le capacità di scelta e di riconoscimento dei prodotti.
- Suggestire scelte mirate alle preferenze del cliente.
- Favorire la scoperta di nuovi prodotti e terapie.

Sistema operativo

Indipendenza nella finalizzazione di acquisti e prenotazioni

Offrire all'utente la possibilità di svolgere azioni veloci di acquisto e prenotazione in maniera autonoma, tramite un canale indipendente, fornendo assistenza guidata nel proprio operato.

- Adattare le tempistiche di acquisto all'utente
- Incrementare le libertà di utilizzo del locale, aumentandone l'apprezzabilità .
- Consentire una frammentazione degli acquisti, eliminandone il vincolo di attesa in coda e la modalità di acquisto singolo unitario.

Concept e definizione del progetto

IL CLIENTE, PROTAGONISTA DELLO SPAZIO

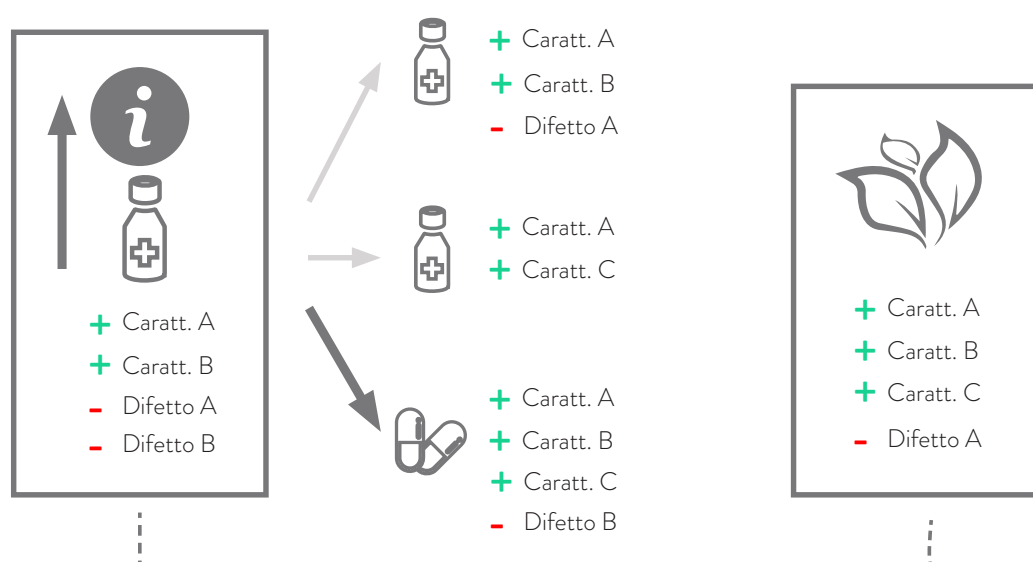
Consapevolezza nell'esplorazione commerciale

Implementazione di un sistema efficace di ricerca delle informazione dei prodotti

Possibilità di reperire facilmente, in maniera autonoma e completa le informazioni delle proposte esposte nei locali.

Tramite una visione chiara dello scopo del prodotto, delle modalità di uso, della tipologia di ingredienti e di reazioni che lo compongono.

Catena di suggerimenti su prodotti affini a caratteristiche positive apprezzabili dal cliente e avviso degli elementi che possono ritenersi poco cosigliabili (es. allergeni, reazioni avverse, ingredienti chimici particolari). Collegando diversi prodotti inerenti alla stessa tipologia di uso o scopo.



Affiancare ad un aumento della reperibilità delle informazioni un sistema di report automatico sulle qualità e sui difetti dello stesso, con possibilità di concatenamento di suggerimenti e feedback degli utenti.

Digitalizzazione della lettura delle informazioni. Alternativa interattiva ed incrementata rispetto alla lettura del packaging

Oltre alla ricerca online tramite smartphone personale, le uniche modalità di ricerca di informazioni sono la lettura della confezione dei prodotti o la richiesta al personale.

Per fornire un sistema informativo autonomo efficace è utile fornire una modalità amplificata in cui le informazioni sono adattabili in lettura e selezionabili in base alle proprie preferenze per fornire un aiuto, un consiglio o per aumentare le conoscenze e la sicurezza dell'utente.

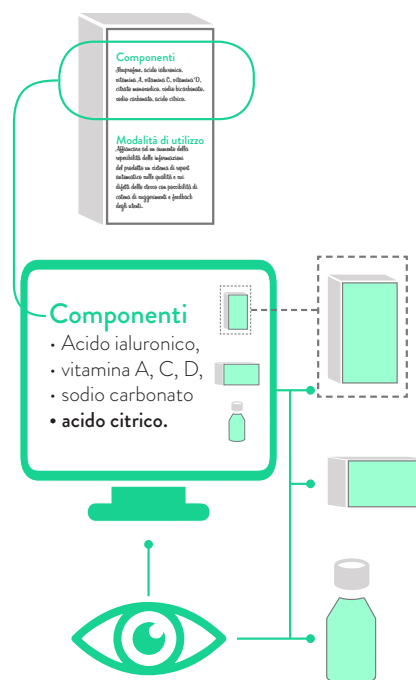
Rendere aperte al pubblico le descrizioni dei prodotti ed affiancarci un sistema dati di feedback e di suggerimenti consente la creazione autoalimentata di una rete di report utili sia al locale, per selezionare prodotti efficaci e per ampliarne la visibilità, e per gli utenti che dispongono di una ricerca secondo le proprie preferenze e un riscontro con opinioni e valutazioni d'uso e di qualità.

Sistema informativo autonomo analogico singolare al prodotto



o sistema informativo interpersonale

Sistema informativo interattivo, interconnessione dei prodotti



Concept e definizione del progetto

IL CLIENTE, PROTAGONISTA DELLO SPAZIO

Indipendenza nella finalizzazione di acquisti e prenotazioni

La predisposizione all'**autonomia informativa nella scelta dei prodotti consente all'utente di svolgere in sicurezza un pagamento autonomo** senza la necessità d'intervento del personale.

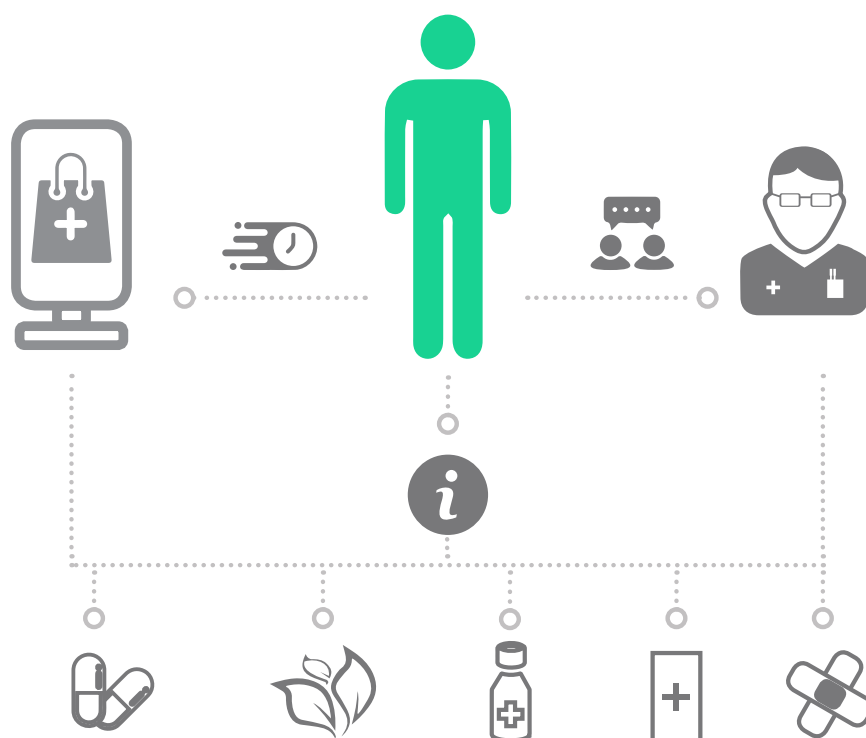
Ciò è utile sia per operazioni di acquisti veloci fornendo quindi un canale estremamente fast, come può essere un semplice rifornimento di antidolorifici, sia per una maggiore libertà di operazioni nel locale, come l'esplorazione dei vari reparti con una presa di prodotti dislocati tra questi, fornendo una operatività di acquisto frammentata libera da vincoli di attesa e fretta (rispetto la classica posizione di attesa al banco), costruendo un canale fast way che offre ai clienti tempistiche a loro favorevoli.

Per fornire tale indipendenza è necessario dotare le farmacie e parafarmacie di strumentazione adatta allo scopo, in cui l'utente autonomamente effettua le operazioni necessarie alla chiusura dell'acquisto, dalla scannerizzazione dei prodotti, al pagamento e al confezionamento



Gli elementi citati, comunicativi ed operativi, svolgono un ruolo fondamentale nell'offrire agli utenti interessati un' autonomia completa, offrendo loro il **ruolo protagonista del proprio operato in termini di ricerca di soluzioni consone alla propria persona, alle proprie tempistiche e interazioni.**

L'esperienza che il cliente vive tramite tale sistema pone attenzione ai prodotti e alle nuove modalità con cui l'utente si avvicina ad essi, acquisendo conoscenza sulle interazioni con la persona e con altri prodotti affini o differenti in maniera autonoma ed indipendente, amplificando il senso critico di ricerca e di sicurezza nel proprio acquisto.



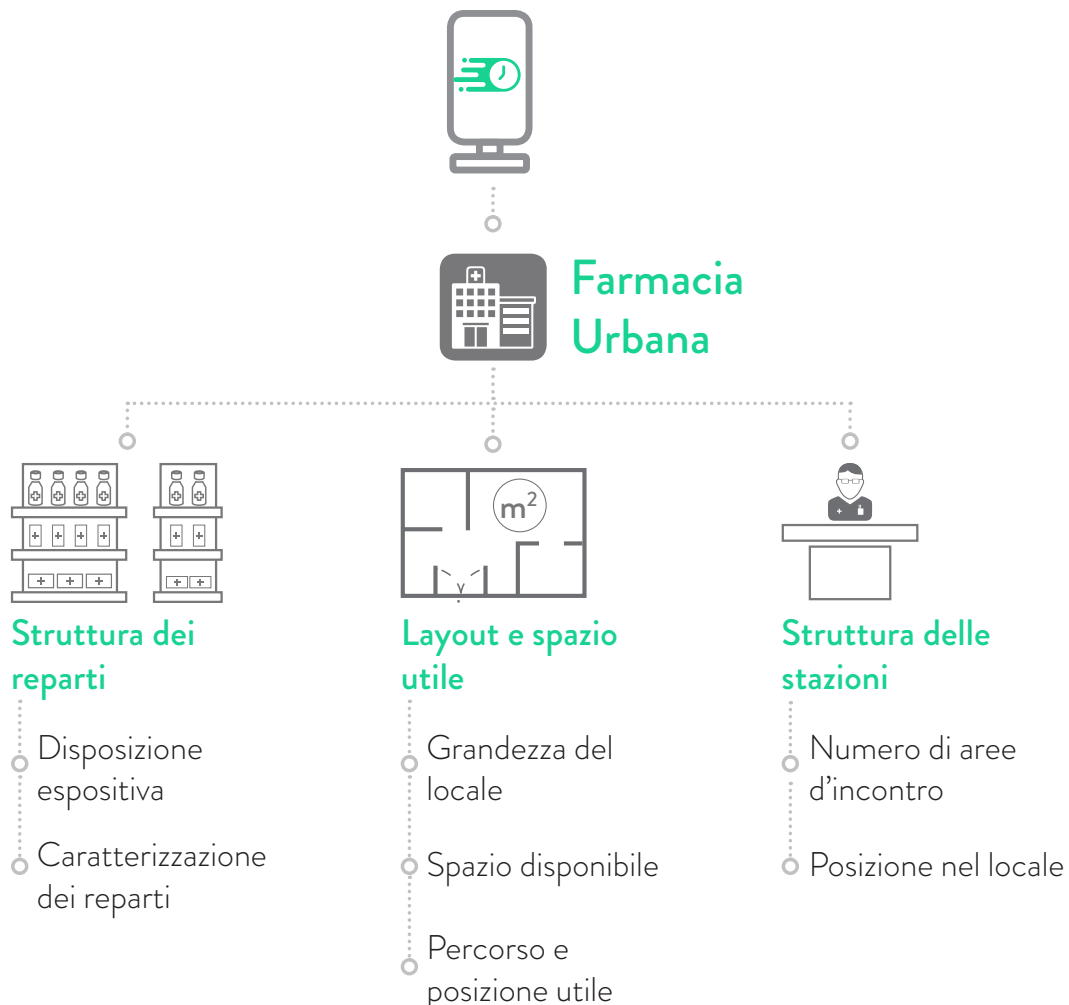
Strumentazione per pagamenti autonomi con sistemi di ausilio ai processi di svolgimento.
Crea un canale di acquisto svincolato dalle attese passive in coda e dalla limitazione di finalizzazione in un'unica soluzione al banco.

LO SPAZIO UTILE DEI PRESIDII

DIMENSIONAMENTO E CONFIGURAZIONE DEI LOCALI

Il sistema di self-checkout risulta performante in locali dotati di un'alta affluenza e con una struttura espositiva e spaziale adatta ad offrire un'esperienza d'esplorazione e di acquisto ampia.

La tipologia di presidio in cui può essere maggiormente utile un sistema di acquisto autonomo è la Farmacia Urbana, essendo questa maggiormente presente nel territorio e soddisfacendo l'84% della popolazione italiana, tra questa tipologia vanno differenziati i locali maggiormente evoluti in termini spaziali, strutturali e di affluenza clienti, regolando l'implementazione del sistema proposto in base a questi elementi.



In locali di **piccole dimensioni**, con spazio utile estremamente ridotto è possibile configurare una **singola stazione** di self-checkout in cui confluiscono tutte le caratteristiche necessarie, posta in relazione alla zona di uscita del locale o presso il banco farmaceutico.



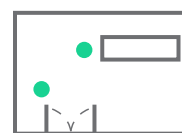
Farmacia urbana di **piccole dimensioni**

60-90 m²



Stazione singola

Posizionamento utile



Stazione al banco o stazione di uscita

In locali di **media grandezza** l'implementazione del self-checkout può avvenire con **disposizione combinata**, regolata sempre allo spazio e alla conformazione del presidio. Si possono ideare stazioni multiple delimitandone un'area specifica in prossimità della zona di uscita o in un intermezzo tra le zone d'esposizione.

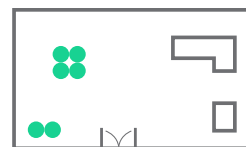


Farmacia urbana di **medie dimensioni**

90-150 m²



Stazione combinata



Stazione multipla parietale o ad isola

In locali di **grandi dimensioni** con alta affluenza di clienti, in cui la funzione commerciale e la settorialità dei prodotti è molto marcata si può applicare una **disposizione delle stazioni dislocata** lungo i vari percorsi di acquisto. Fornendo gli ampi spazi del presidio di diversi punti interattivi, riducendo le distanze dai clienti in esplorazione e riducendo la formazione di code.



Farmacia urbana di **grandi dimensioni**

< 150 m²



Stazioni multiple e dislocate



Stazioni dislocate nei reparti espositivi e/o ad isole

LO SPAZIO UTILE DEI PRESIDI

Farmacia urbana di **piccole dimensioni**



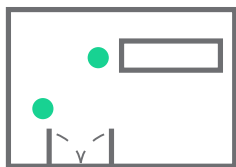
60-90 m²

Presidi in cui i reparti espositivi rimangono molto compatti con limitate zone di distanza, difficilmente seguono una forte caratterizzazione tematica. La stazione d'incontro è affidata spesso ad un'unica area in cui si trova il banco farmaceutico.



Stazione singola

Nei presidi con spazio limitato può essere implementata una stazione di self-checkout per fornire un canale veloce di acquisto ed informazione, difficilmente sarà possibile ampliare le postazioni per caratteristiche spaziali limitanti.



Stazione al banco
o in uscita

La posizione utile è pensata a fianco al banco farmaceutico o in prossimità dell'uscita, essendo tali zone aree maggiormente libere dall'arredo e non limitano i movimenti di altri clienti.

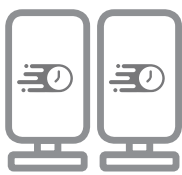
Farmacia urbana di **medie dimensioni**



90 - 150 m²

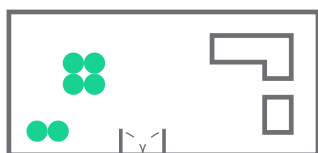
Farmacie con reparti espositivi e aree d'incontro ampie, organizzate spesso in isole tematiche ed aree specializzate.

L'ampia affluenza e il conseguente elevato numero di acquisti effettuati indicano la necessità e la potenzialità di utilizzo delle stazioni.



Stazione combinata

Le possibilità d'applicazione nei locali permettono differenti combinazioni d'installazione, consentendone l'uso in contemporanea, riducendo file e attese degli utenti.



Stazione multipla parietale o ad isola

I posizionamenti ipotizzati seguono uno schema zonale da applicare lungo il perimetro del locale o come isola d'intermezzo. Ciò consente di suddividere le zone d'attesa e di movimento dei clienti per i banchi farmaceutici e per le stazioni, riducendone le interferenze reciproche.

Farmacia urbana di **grandi dimensioni**



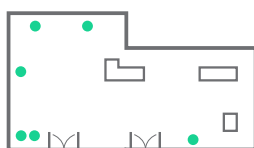
< 150 m²

Locali ampiamente strutturati, con aree tematiche ben definite con relative zone d'incontro. L'affluenza è elevata e l'attività commerciale è molto differenziata e sviluppata, per ciò la realizzazione di un canale di acquisto veloce ed di un sistema informativo dislocato risulta ideale e necessario.



Stazioni multiple e dislocate

La grandezza e la suddivisione merceologica e tematica delle aree commerciali di questi presidi consentono una frammentazione delle stazioni, offrendo differenti punti informativi vicini ai reparti e aree di pagamento multiple, riducendo la formazione di code.



Stazioni dislocate nei reparti o ad isole

Il posizionamento di tale sistema segue il layout espositivo del locale, affiancando le varie aree merceologiche. Tale conformazione riduce le distanze effettuate dagli utenti nel momento di ricerca informativa o di pagamento, ampliando l'accessibilità ad un terminale libero ed utilizzabile.

Concept e definizione del progetto

BRIEF DI PROGETTO



< 90 m²

Ambienti target:

- Farmacie e Parafarmacie urbane.
- Preferenza di presidi di dimensioni medio-alte (< 90 m²)

Spazi interessati:

- Spazi di esposizione al pubblico, corridoi commerciali, isole espositive e sezioni parietali.
- Implementazione del prodotto interconnesso ai reparti e alle isole di prodotto dei presidi.



Utenti target:

- Clientela generalizzata dei locali farmaceutici, in particolare si concentra l'interesse su utenti che necessitano di operatività indipendente e/o veloce.
- Attenzione particolare rivolta all'eliminazione di barriere architettoniche nel prodotto per favorire l'utilizzo ad ogni categoria d'utenza.



- Personale operativo nei presidi, in funzione di offerta di canali digitali di raccolta d'informazioni e di feedback sugli acquisti della clientela nazionale, strumento di creazione automatizzata di database commerciali e promozionali.

Struttura del sistema:



- Progettazione di stazioni di self-checkout adatte ad una configurazione multipla ai locali targhet, dimensionamenti correlati ad elementi espositivi (gondole espositive), caratteristiche strutturali idonee ad un ingombro sicuro e adatto ad utenti con disabilità motorie.



- Definizione di un sistema digitale di raccolta ed organizzazione delle informazioni sui prodotti dei presidi, con relativa sezione di eventi ed incontri offerti in cui l'utenza può effettuare prenotazione in autonomia.

Obiettivi del sistema:



- Realizzazione di un canale di acquisto indipendente per i clienti differenziato dall'intervento del personale, divisione delle operazioni Fast dalle operazioni Slow.



- Implementazione di un sistema informativo autoguidato che fornisca la possibilità di esplorare ed educarsi all'acquisto di prodotti da banco e da esposizione.



- Disposizione di strumenti di prenotazioni digitali e di raccolta d'informazioni sugli eventi e sull'organizzazione del presidio interessato.

Concept e definizione del progetto

CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO

■ **Interattività digitale**

a schermo touchscreen, per operazioni logistiche e di prenotazione, informative e di svolgimento del percorso d'acquisto.

■ **Disposizioni di piani di appoggio unitari**

senza la necessità di spostamenti multipli di contenitori e prodotti

■ **Riduzione dei movimenti e delle operazioni di scannerizzazione**

dei prodotti da parte dell'utente. Limitare il riconoscimento della merce a sistemi automatici.

■ **Guida audiovisiva assistita con possibilità di input vocale,**

richiamo del personale unicamente per casi di emergenze ed impossibilità all'utilizzo.

■ **Completezza delle offerte di pagamento**

disponibili, mantenendo il sistema di pagamento in contanti e cashless.

■ **Facilità d'installazione, manutenzione, spostamento e pulizia**

del sistema e dell'ambiente dove è posto.

Disposizione di funzioni di spostamento e bloccaggio della stazione.

■ **Corpo organico privo di spigoli vivi**

con curvaturei morbide, per una visione d'accortezza e sicurezza ad eventuali urti con la stazione e riduzione di parti di bloccaggio e di resistenza ad utenti con disabilità motorie in carrozzina.

■ **Dimensionamento ed ingombro regolati**

secondo gli espositori interni ai locali, misure relazionate alle gondole espositive.

Componenti principali

Le macroparti interessate nel progetto della stazione di self service utili a fornire le funzioni principali necessarie ad un'operatività completa sia a favore dell'utenza sia del personale del locale interessato.

1 Feedback luminosi

2 Schermo interattivo

3 Guida audio assistita e modulo vocale

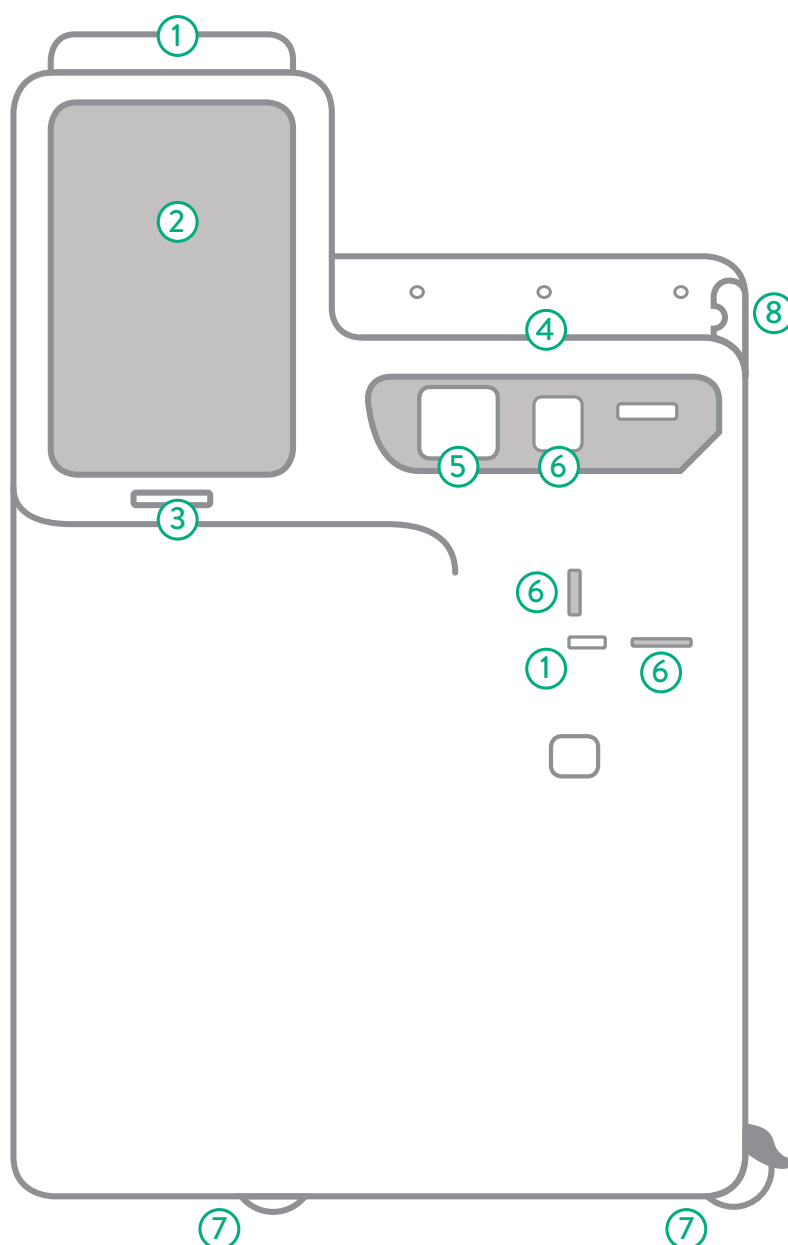
4 Piani di appoggio con scansione automatica

5 Scanner manuale

6 Moduli di pagamento

7 Ruote piroettanti e autobloccanti

8 Sponda a maniglia e accogli sacchetto



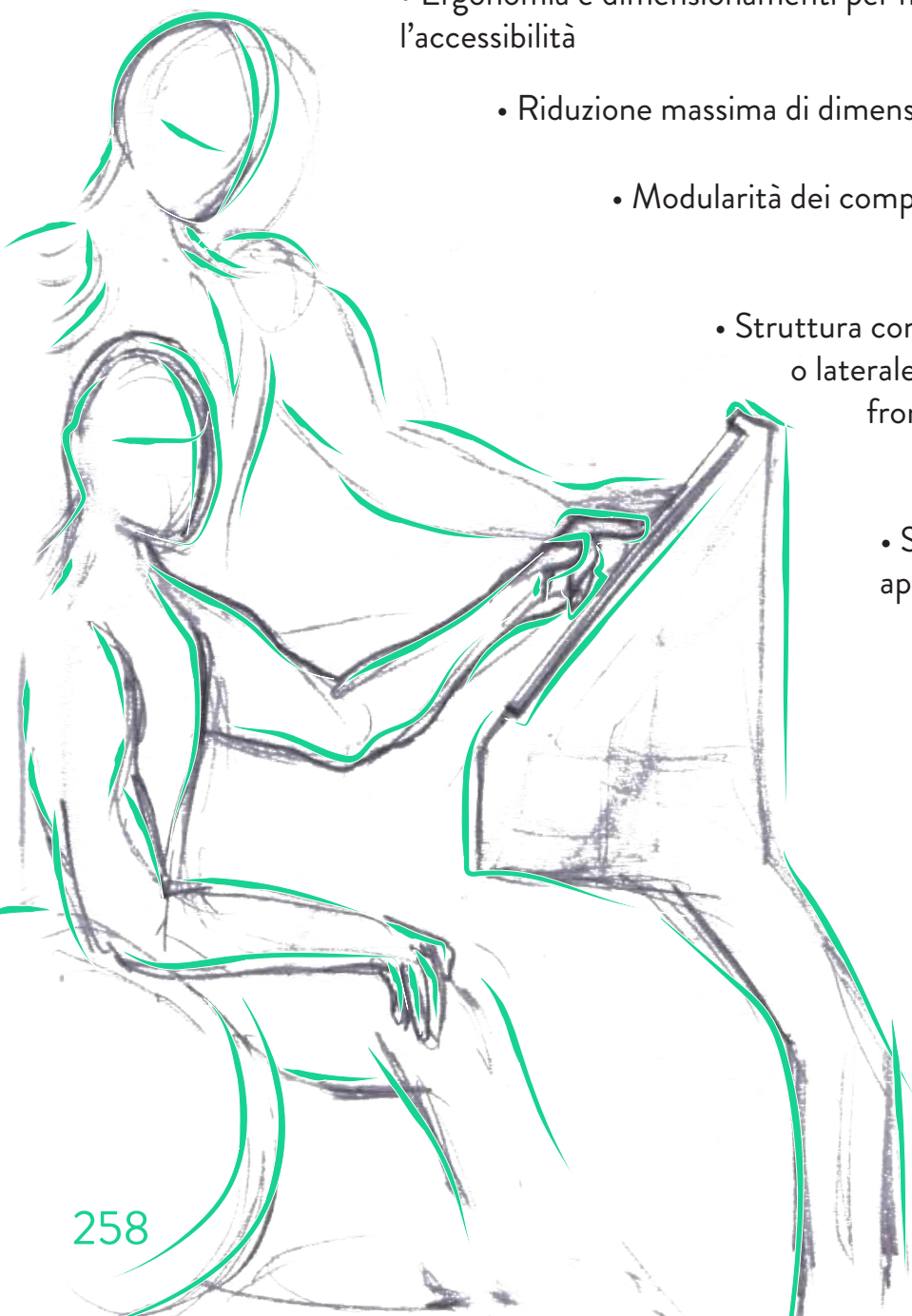
Concept e definizione del progetto

INIZIO SKETCHING E PRIMI CONCEPT

Inizio del percorso d'ideazione si è basato sull'ergonomia e sul dimensionamento della stazione rispetto ogni tipologia di utente, considerando come elemento fondamentale l'usabilità di ogni funzione senza necessari accorgimenti.

Focus progettuale iniziale

- Ergonomia e dimensionamenti per massimizzare l'accessibilità
- Riduzione massima di dimensioni d'ingombro
- Modularità dei componenti funzionali.
- Struttura con base di appoggio rientrante o laterale, per consentire l'inserimento frontale dell'utente in carrozzina
- Suddivisione di eventuali piani di appoggio dai piani scannerizzatori
- Composizione basata su una struttura portante fissa e scocche contenitive



Prime elaborazione di composizione degli elementi.

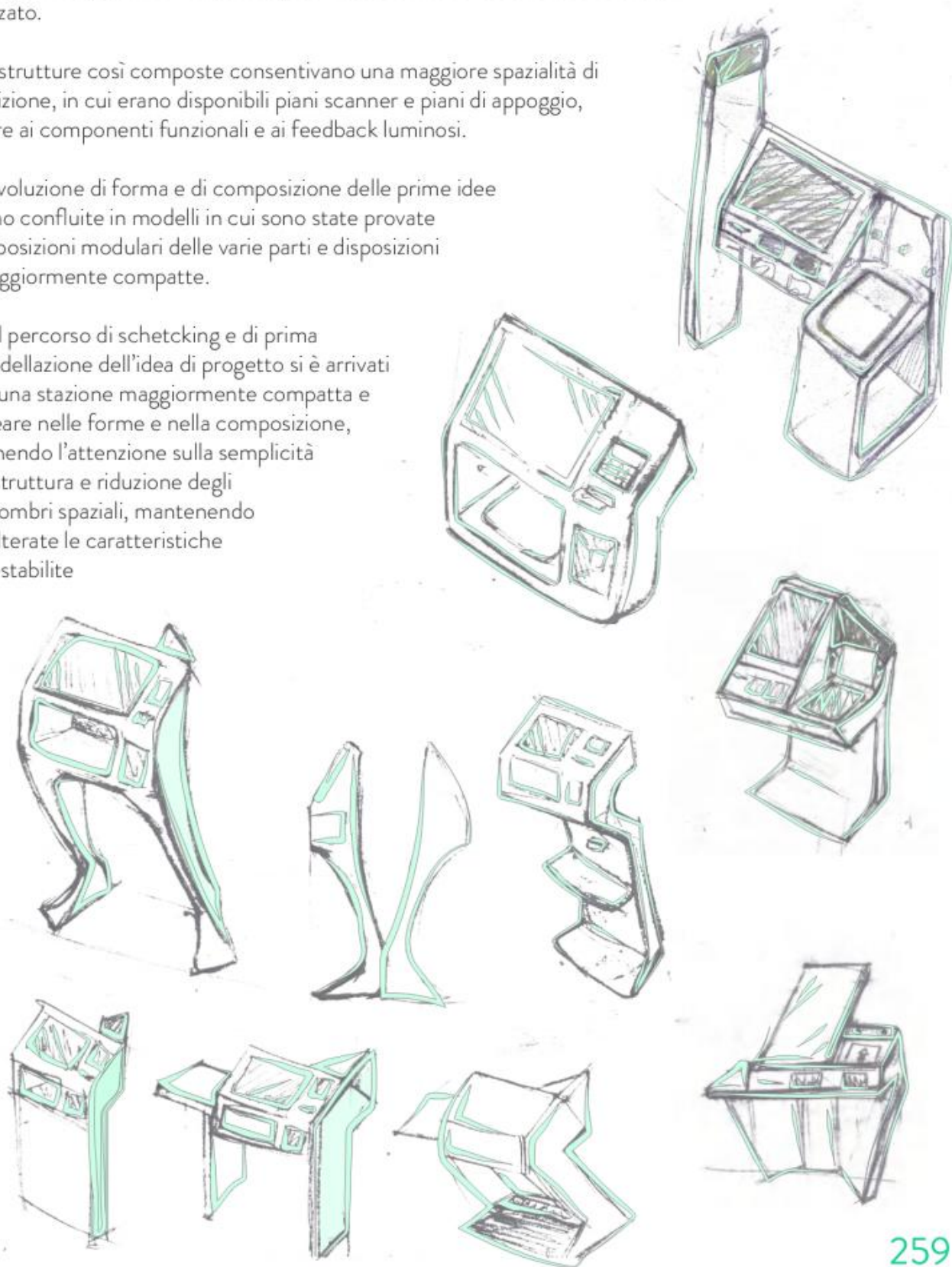
Gli schizzi presenti, discostanti dal concept risultante dal progetto, rappresentano le prime modalità di configurazione della stazione.

Da un iniziale concezione a piedistallo, in cui gli elementi erano racchiusi in una struttura verticale e non offriva possibilità di ripiano di appoggio, si è passati a strutture maggiormente spaziose, definite secondo uno schema orizzontale rialzato.

Le strutture così composte consentivano una maggiore spazialità di fruizione, in cui erano disponibili piani scanner e piani di appoggio, oltre ai componenti funzionali e ai feedback luminosi.

L'evoluzione di forma e di composizione delle prime idee sono confluite in modelli in cui sono state provate disposizioni modulari delle varie parti e disposizioni maggiormente compatte.

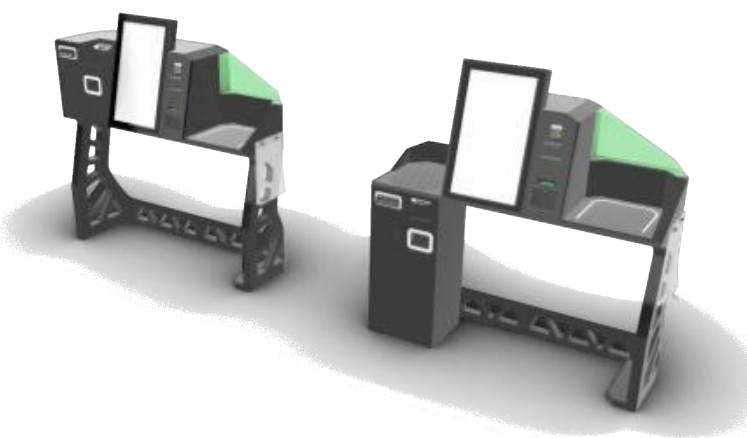
Dal percorso di schetcking e di prima modellazione dell'idea di progetto si è arrivati ad una stazione maggiormente compatta e lineare nelle forme e nella composizione, ponendo l'attenzione sulla semplicità di struttura e riduzione degli ingombri spaziali, mantenendo inalterate le caratteristiche prestabilite



Concept e definizione del progetto

PRIMI CONCEPT

STAZIONE CONFIGURAZIONE ORIZZONTALE



Prima idea di struttura del prodotto, basata su una struttura orizzontale con base portante cava, mantiene una composizione a scrivania. Gli elementi funzionali sono disposti secondo una logica differenziata, cioè sono riconoscibili tra di essi e mantengono spazi distinti. Gli ingombri, la linea generale del prodotto, la produzione onerosa, l'efficacia d'uso e la logica di utilizzo errati hanno portato ad altre tipologie di prodotto.

STAZIONE A PIEDISTALLO

Prodotto basato su un'estremizzazione della struttura, in cui nella zona alta un corpo compatto offre i componenti utili e le funzionalità interattive, sostenuto da basi a piedistallo laterale con pedana, lateralmente sono presenti ripiani di appoggio per prodotti non acquistati. Configurazione altamente instabile e disfunzionale, poco modulabile in differenti configurazioni, non ideata per il pagamento in contanti.



STAZIONE A COLONNA

Variatione dei prodotti precedenti in cui la base di sostegno viene sostituita da una colonna curva.

Presente le stesse problematiche delle precedenti, con l'unica possibilità di integrare un modulo contanti.



STAZIONE A BASE INCLINATA

Variatione delle precedenti con il modulo contanti integrato alla base del prodotto, in questo caso composta da una struttura ad L con inclinazione frontale. Tale prodotto, così come le varianti precedenti, necessitano di sistemi di bloccaggio e fissaggio a terra, da evitare in favore ad un sistema con sostegno e sicurezza indipendenti. Tutte le tre varianti prevedevano la possibilità di utilizzo del corpo funzionale in versione da appoggio a piano. (fig A)



Concept e definizione del progetto

PRIMI CONCEPT

STAZIONE A MODULI ASSEMBLABILI

Prodotto basato su una conformazione componibile, sia nelle parti funzionali sia nella struttura portante.

Struttura basata su lavorazioni di lamiera a freddo ed assemblaggi meccanici.

La base rientrante per permettere l'inserimento di utenti in carrozzina non consente una compatibilità modulare tra le varie stazioni e assume un ruolo di ostacolo e pericolo a causa della struttura e dimensione della pedana.





Monitor e sistema audio guida



Modulo Pos e stampante termica



Scanner 2D



Piano scanner



La stazione manteneva un buon rapporto dimensionale per ogni tipologia di utenza, eccedendo però negli ingombri laterali nelle composizioni più complete e nello spessore in configurazioni doppie speculari



Composizioni con modalità di appoggio a piano, senza utilizzo di componenti di sostegno verticale. Tipologia di utilizzo non adatta ai requisiti funzionali preposti e mancante di adattabilità e flessibilità d'installazione nei presidi.

Concept e definizione del progetto

PRIMI CONCEPT

STAZIONE COMPATTA CON STRUTTURA OBLIQUA

Evoluzione dei precedenti concept in una versione maggiormente compatta, in cui gli elementi funzionali e la struttura convergono in una visione maggiormente omogenea. A fianco del monitor verticale sono disposti piani di appoggio più ampi che offrono maggiore libertà d'uso, chiusi da una paratia semitrasparente in cui è presente superiormente il feedback luminoso. Al di sotto di questi sono disposti le componenti divise in due fasce, orizzontale ,con scanner, pos e stampante, e verticale dove è presente il modulo contanti.

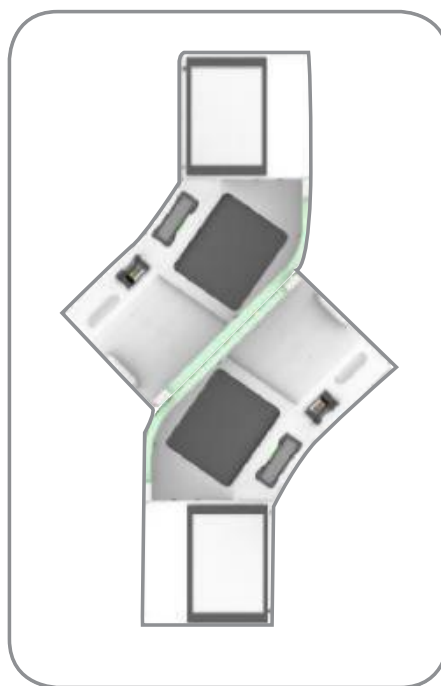


Si è trasformata l'idea di stazione fissa al suolo in favore alla presenza di un sistema di ruote (non visibile dalle seguenti immagini) con sistema di blocco a pedale e maniglie a scomparsa per un migliore spostamento.

La base viene rivalutata in una versione omogenea e compatta, in cui spigoli e rientranze vengono ridotti, mantenendo una linea più solida e liscia, inclinata da entrambi i lati di 45° per consentire un avvicinamento laterale di utenti in carrozzina.



Elementi del sistema racchiusi in aree adiacenti (riduzione dei movimenti)



Possibilità di configurazioni multiple.



Pedale per sbloccaggio ruote e maniglie a scomparsa



Concept e definizione del progetto

PRIMI CONCEPT

STAZIONE COMPATTA LINEARE

Versione del progetto in cui si è rivista l'inclinazione della struttura, riportando gli elementi verso una visione costruttiva lineare, in cui il fondo del prodotto e la base seguono una composizione rettangolare rientrante verso la zona schermo per consentire l'inserimento laterale ad utenti in sedia a rotelle.

Si è rivisto il sistema di appoggio eliminando il gradino di divisione tra i piani per evitare ostacoli e possibili elementi di dislivello, possibile causa di caduta dei prodotti. Lo schermo assume un'inclinazione differente, viene rivolto sia sull'asse verticale che orizzontale verso l'utente (inclinazioni di circa 20°) per favorirne l'utilizzo.



Sono state aumentate le curvature della struttura portante rispetto ai modelli precedenti, elemento che assume un'importanza rilevante in termini di sicurezza e libertà di movimento intorno al prodotto.



Visione laterale dx e vista dall'alto in cui è possibile notare l'inclinazione dello schermo



Concept e definizione del progetto

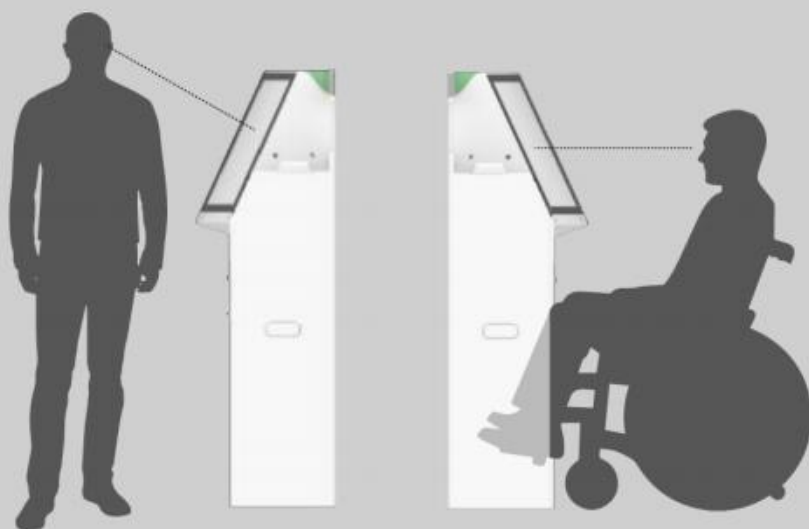
PRIMI CONCEPT

STAZIONE COMPATTA A BASE TRIANGOLARE

Variatione della struttura portante del prodotto. Si sono eliminate le rientranze precedenti in favore ad una linea liscia estremamente arrotondata nelle curvature.

Tale conformazione elimina la possibilità di errata valutazione degli spazi nei movimenti di manovra di utenti in sedia a rotelle o con deambulatore, l'inclinazione rientrante verso il monitor offre uno spazio sufficiente e comodo ad un usabilità ravvicinata dello stesso, mantenendo perciò un grado di distanza dagli elementi operativi basso e una linearità delle forme per offrire spazi di manovra ben definiti e visibili.





Le dimensioni e la posizione degli elementi di tutte le varianti sono mantenute costanti e sono progettate per una visione ottimale dello schermo e un uso dei piani operativi naturale.



8

..... Progetto definitivo



○ Stazione

myWay

Progetto



STAZIONE DI SELF-CHECKOUT

Offre all'utente la possibilità di svolgere i propri acquisti in autonomia, con possibilità di assistente vocale intelligente.



SISTEMA INFORMATIVO SU PRODOTTI E ATTIVITÀ DELLA FARMACIA

Aumenta la possibilità di ricerca di informazioni sulla merce esposta al pubblico, fornendo indicazioni amplificate sui singoli prodotti, su prodotti affini consigliati e offre la visione di feedback sugli acquisti da parte di altri utenti.



PUNTO GESTIONALE PER PRENOTAZIONI E CONSULTO DI DATABASE

Fornisce all'utenza la possibilità di prenotarsi per visite ed eventi d'incontro organizzati dal presidio e dal sistema sanitario pubblico, consentendo di registrare un proprio database aggiornabile con acquisti, visite, condizioni di salute e feedback.

Offre al personale dei locali la possibilità di visionare statistiche, recensioni ed efficacia della merce sul mercato nazionale, utile ad aggiornare i locali secondo l'apprezzamento della popolazione.



Progetto

myWay

CARATTERISTICHE FISICHE

Interattività tramite Display
touch screen 22"

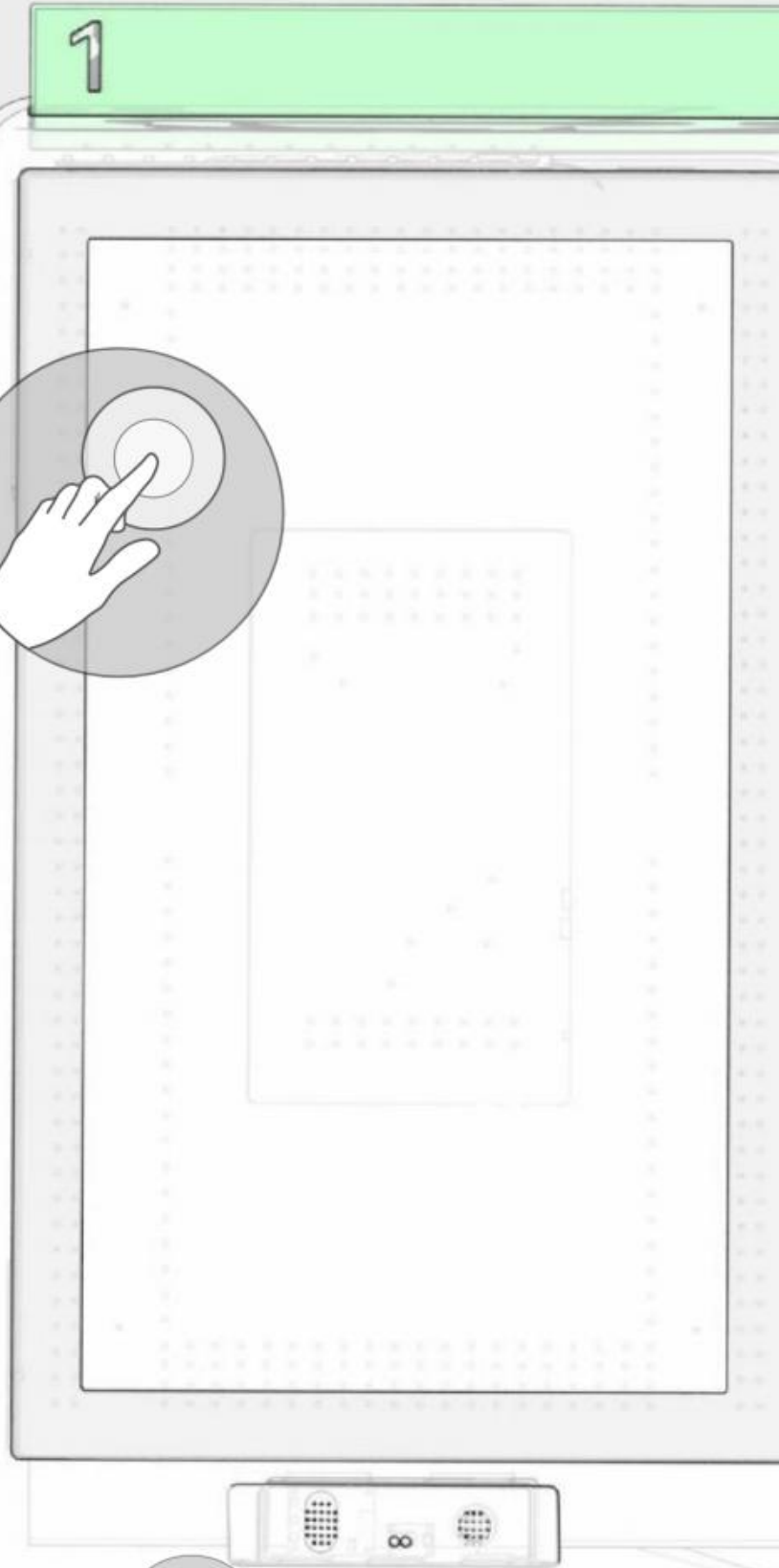


Struttura dalle
forme arrotondate e
morbide, riduzione
degli angoli vivi



Sistema di assistenza
audiovisiva intelligente ed
operatività vocale assistita

1





Segnali multipli di feedback
luminosi e richiamo del
personale



Funzioni di scannerizzazione
automatica dei prodotti sul piano



Piano di appoggio
ampio ed uniforme



Scanner manuale in caso di
mancato riconoscimento
della merce



Sistema di
pagamento Cashless per
carte e sistemi digitali



Stampante
termica per
emissione di
ricevute fiscali

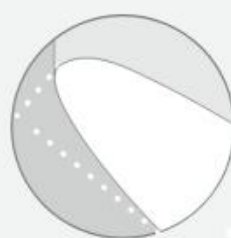
Progetto

myWay

Sistema di chiusura della parete
posteriore ad incastro



Base portante a pianta rientrante,
consente l'avvicinamento alle zone
funzionali ad utenti in sedia a rotelle



Ruota
piroettante





Feedback luminoso
modulo contanti



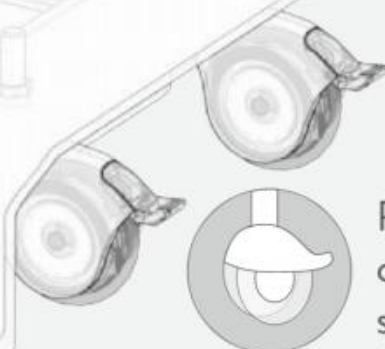
Moduli contanti, accetta
monete e banconote



Modulo contanti,
scivolo rendiresto



Sportello apribile per
manutenzione e pulizia
del prodotto con
chiusura a chiave



Ruote piroettanti
con freno per
spostamento e
blocco del prodotto

FASI OPERATIVE

La stazione segue un'operatività divisa in 3 fasi, diversificate in base alla funzione utilizzata e alla presenza e tipologia d'utilizzatore.

Fase 1

Espositiva



Funzione

Monitor promozionale e informativo con passaggio informazioni a scorrimento.

Fase 2

Operativa



Funzione

Interattività per informazione e prenotazioni



Funzione

Scannerizzazione e interazione con le informazioni sui prodotti interessati

Fase 3

Checkout

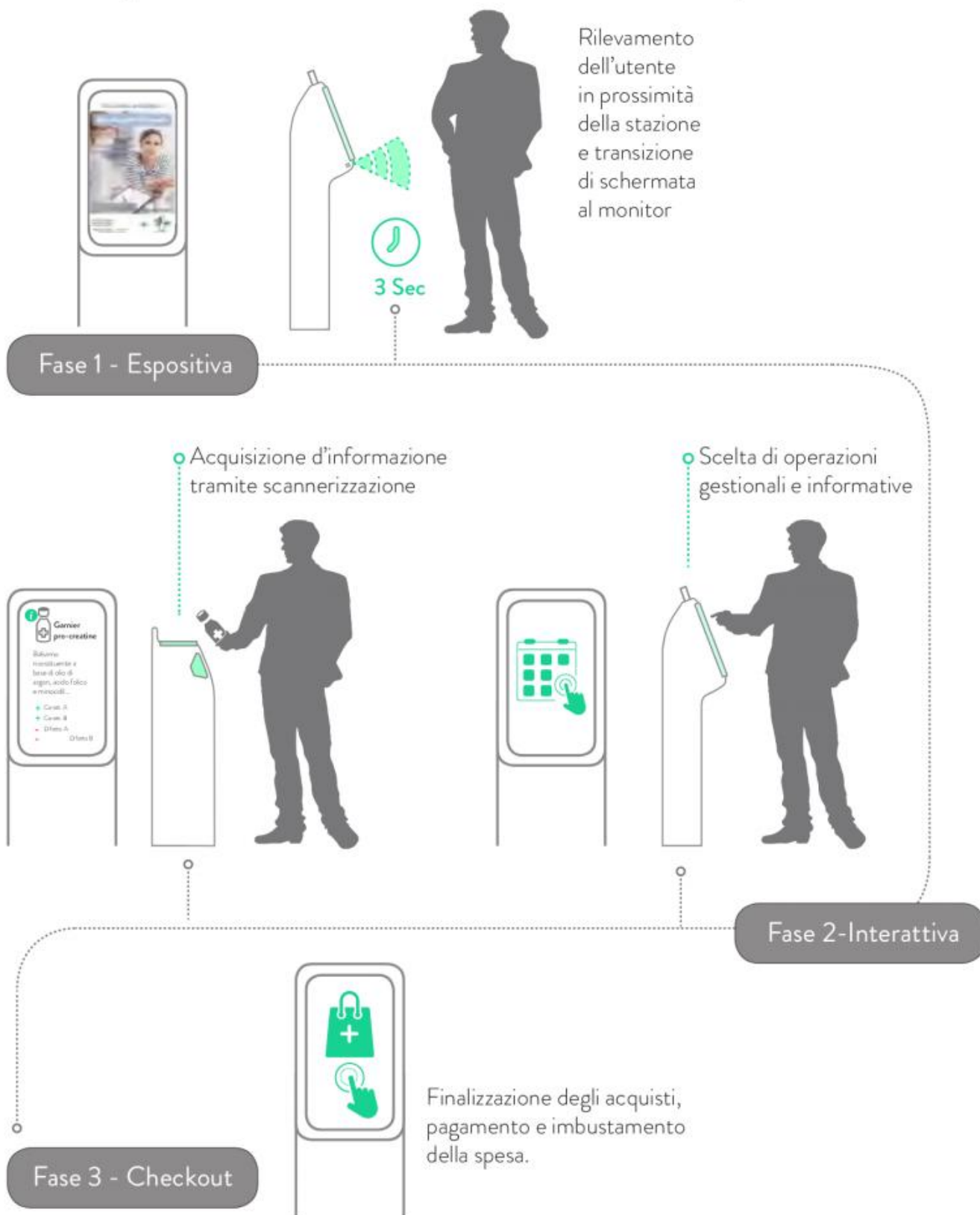


Funzione

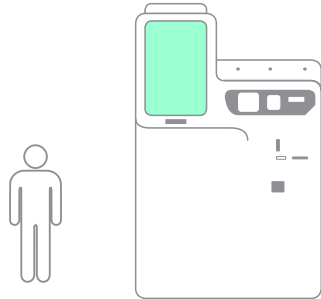
Fase di finalizzazione della spesa con le modalità di pagamento preferite.

TRANSIZIONE DELLE FASI

Passaggio fase 1 > fase 2 tramite sensore di prossimità compare l'indicazione di input tattile al touch screen o tramite scannerizzazione dei prodotti



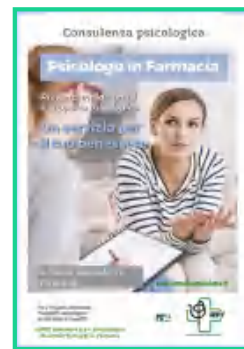
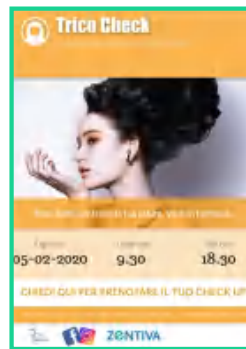
FUNZIONAMENTO



FASE 1 - ESPOSITIVA

Stazione in fase d'impiego attivo da parte dell'utente. Funzioni di esposizione di pubblicità, calendari di visite ed eventi, informazioni a scorrimento, temi educativi, promozioni ed altro materiale informativo.

- Calendari di visite ed eventi



- Promozioni ed informazioni sui prodotti



- Campagne informative ed educative





07 Febbraio 2023

L'importanza dell'attività fisica per i bambini

L'attività fisica per i bambini è fondamentale perché contribuisce allo sviluppo sia fisico che psicologico.



19 Gennaio 2023

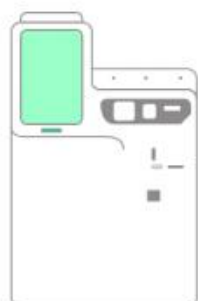
Avena: un cereale prezioso per il tuo benessere

L'Avena è un cereale nutriente e versatile, che si presenta a tantissimi usi sia alimentari che cosmetici. Scopri le sue proprietà e benefici!

Progetto

myWay

FUNZIONAMENTO



FASE 2- OPERATIVA

Fase di utilizzo per utenti senza prodotti con lo scopo d'informarsi e prenotare visite ed eventi



Passaggio di schermata al tocco, dopo 3 secondi dall'avvicinamento dell'utente compare il segnalatore

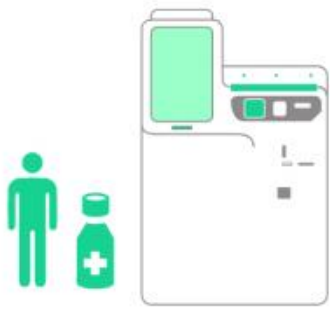
Esempio d'interfaccia operativa



Operazioni di scelta tra le schermate di prenotazione, consultazione dei prodotti del locale, eventi, notizie visionate nella schermata espositiva o accesso alla pagina personale.

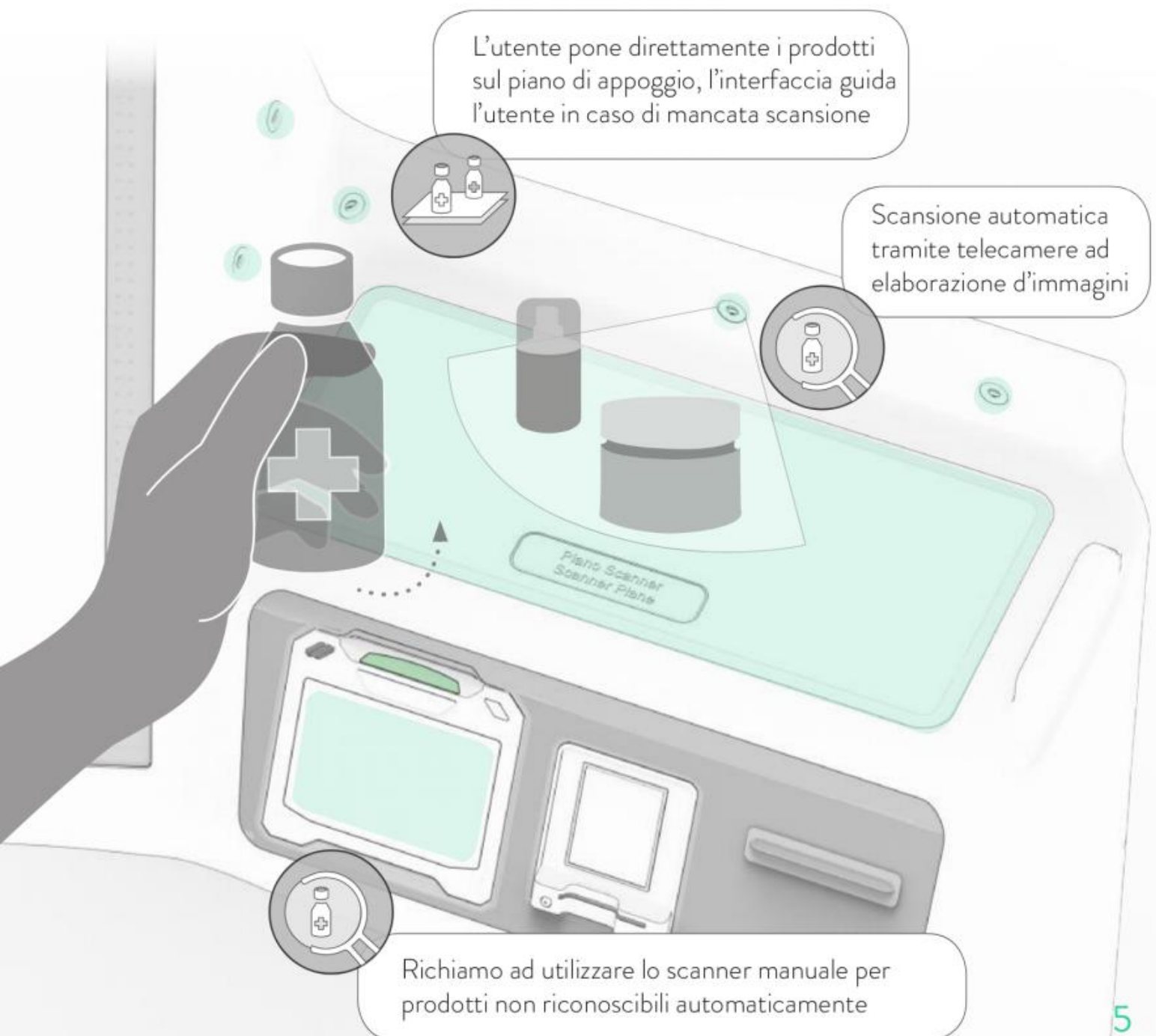
FASE 2 - SCHEMA DI OPERAZIONI DELL'UTENTE





FASE 2- OPERATIVA CON PRODOTTI

Fase di utilizzo per utenti con prodotti da visionare, funzione di amplificazione delle informazioni e ricerca merceologica.



Progetto

PIANO DI APPOGGIO E SCANSIONE

Funzionalità e caratteristiche del piano di appoggio e del sistema automatizzato di riconoscimento prodotti

Movimenti di spostamento dei prodotti ridotti e brevi



Piano di appoggio ampio e unitario, consente il deposito di cestini e buste nella stessa zona di deposito prodotti.

Interattività a schermo

Deposito prodotti

Appoggio utile



Piano Scanner
Scanner Plane



Scansione senza necessità d'intervento dell'utente

Ad eccezione di prodotti non catalogati o non riconoscibili



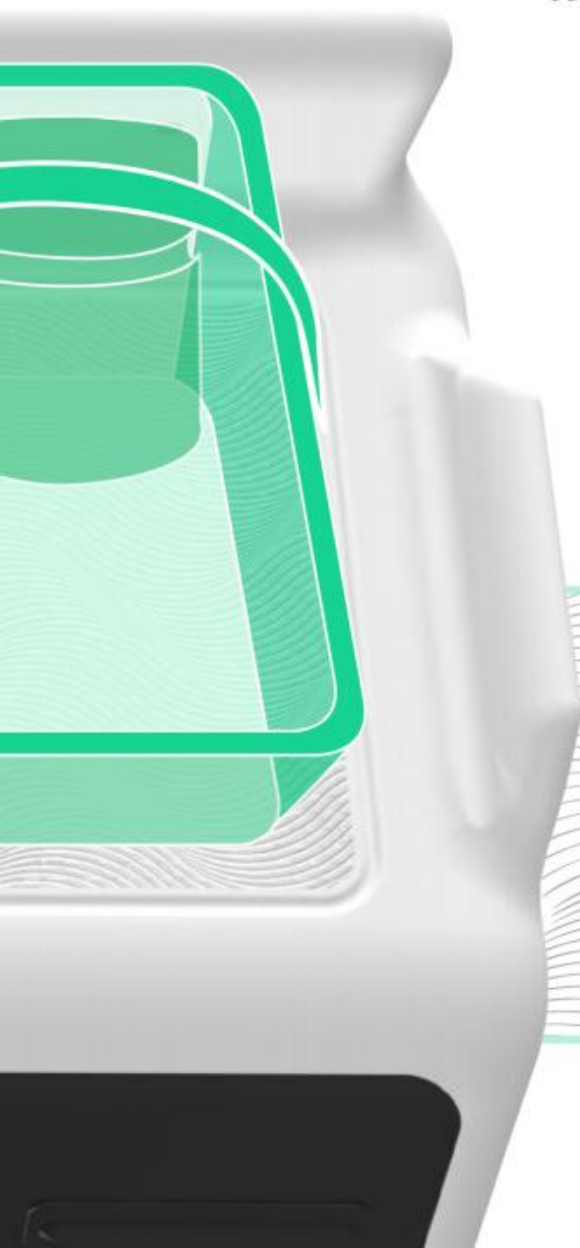
Sistema di riconoscimento prodotti a multicamera ad elaborazione d'immagini

Tale sistema consente di leggere differenze di **forma, colore, posizione, elementi grafici e scrittura**, consentendo un riconoscimento avanzato dei prodotti.

Il posizionamento dislocato e multiplo delle camere offrono un controllo di visione del piano di appoggio completo, guidando l'utente nel caso alcuni prodotti sono troppo sovrapposti e impossibili da riconoscere.

Trama in rilievo

Texture di rilievo del piano, offre un buon grip alla merce depositata, fornisce un elemento di riconoscimento visivo all'utente.



Progetto

INTERFACCIA E INFORMAZIONI DI SCANSIONE

Interfaccia esemplificativa di ricerca d'informazioni amplificate su un singolo prodotto, con possibilità di esplorazione di prodotti affini.



Aumento della velocità di lettura di prodotti differenti.



- Facilitazione di controllo dei propri acquisti

- Aumento dell'attenzione verso i prodotti scelti, incentivo alla cura personale



Passaggio di lettura del packaging a ricerca d'informazioni interattiva



- Elimina le difficoltà di lettura di testi sottodimensionati

- Informazioni interattive, ricerca sui collegamenti presenti, come gli ingredienti o le possibili controindicazioni

- Possibilità di recensione della merce, salvataggio personale dell'opinione d'acquisto e feedback ad altri utenti

Esempio di interfaccia sulla visione di un prodotto specifico



Zone multiple di tocco.

Possibilità di aumento d'informazioni selettive



Esplorazione visiva di prodotti affini e alternativi.

Collegamenti merceologici in base alle preferenze dell'utente

 16 : 12
08 - 02 - 2023  

Moment 200 mg compresse rivestite 12

Codice: 025669019
Marchio: Moment Formato: Blister
Produttore: Angelini Formulazione: Compresso



5.80 €

Indicazioni terapeutiche:

Trattamento di dolori di varia origine e natura mal di testa, mal di denti, nevralgie, dolori osteo-articolari e muscolari, dolori mestruali e come coadiuvante nel trattamento sintomatico degli stati febbrili e influenzali.

Dosaggio e posologia:

Adulti e adolescenti oltre i 12 anni: 1-2 compresse, due-tre volte al giorno.
Attenzione: non superare le dosi di 6 compresse al giorno senza il consiglio del medico. I pazienti anziani dovrebbero attenersi ai dosaggi minimi sopraindicati.

Controindicazioni:

- Ipersensibilità
- Bambini di età inferiore a 12 anni
- Terzo trimestre di gravidanza e allattamento
- Insufficienza epatica o renale grave

Esplorazione di prodotti

Filtri attivi: 

Prodotti affini con ingredienti più naturali

- Ibuprofene Carlo Erba 200 mg**
12 Compresse Rivestite 4.40 €
- Bromelina + Rutina**
30 COMPRESSE 13.60 €
- Mannos Pea**
30 Compresse Rivestite 8.90 €

Cerca per :

- MODALITÀ D'USO DIFFERENTE
- PRODOTTI ABBINATI ALLA TERAPIA
- CONSIGLIATI DAI FARMACISTI
- CONSIGLIATI DAGLI UTENTI

 Indietro Assistente vocale 

 **Visualizza Carrello** 24.21 €

INTERFACCIA E INFORMAZIONI DI SCANSIONE

Esempio di appoggio e scansione prodotti, con relativo segnale di mancata visualizzazione.



Esempio di interfaccia di scansione multipla del piano

Visione sintetica dei prodotti sul piano correttamente visualizzati

Segnalazione di prodotti non riconosciuti

Visione del piano con i prodotti e zone di scarsa scannerizzazione, aiuto visivo per direzionare l'utente



Esempio di interfaccia di controllo del carrello



16 : 30

08 - 02 - 2023



Scansione
il barcode



Opzioni di
pagamento



Pagamento



Transazione
completata

Moment 200 mg
compresse rivestite 12

5.80 €



Codice: 025669019
Marchio: Moment
Produttore: Angelini
Formato: Blister
Formulazione: Compresse

Indicazioni terapeutiche:

Tattamento di dolori di varia origine e natura mal di testa, mal di denti, nevralgie, dolori osteo-articolari e muscolari, dolori mestruali e come coadiuvante nel trattamento sintomatico degli stati febbrili e influenzali.

Dosaggio e posologia:

Adulti e adolescenti oltre i 12 anni: 1-2 compresse, due-tre volte al giorno.

Attenzione: non superare le dosi di 6 compresse al giorno senza il consiglio del medico. I pazienti anziani dovrebbero attenersi ai dosaggi minimi sopraindicati.

Controindicazioni:

- Ipersensibilità
- Bambini di età inferiore a 12 anni
- Terzo trimestre di gravidanza e allattamento
- Insufficienza epatica o renale grave

PRODOTTI CORRELATI



Brufen Analgesico 200 mg
Ibuprofene 12 Compresse Rivestite

6.14 €

AGGIUNGI AL CARRELLO



Spidol 400 mg Ibuprofene
Sale di Arginina Analgesico 24
Compresse Rivestite

12.28 €

AGGIUNGI AL CARRELLO



Ibuprofene Carlo Erba 200 mg
12 Compresse Rivestite

4.40 €

AGGIUNGI AL CARRELLO

Nome prodotto	Quantità	Prezzo
---------------	----------	--------

Tachipirina 30 Compresse 500mg	1	2.28 €
-----------------------------------	---	--------

Nurofen 24 Compresse Rivestite 200mg	1	9.99 €
---	---	--------

Momento 200 mg Compresse rivestite 12	1	5.80 €
--	---	--------

Totale 17.98 €

PROCEDI AL PAGAMENTO

< Indietro

Sintesi dei prodotti,
possibilità di
controllo singolo
della merce



Passaggio alla
fase di acquisto
e attivazione
dei componenti
di pagamento

Progetto

myWay

FUNZIONAMENTO



FASE 3 - CHECKOUT

Fase di finalizzazione degli acquisti di utenti con prodotti singoli o multipli.



Possibilità di pagamento completa.

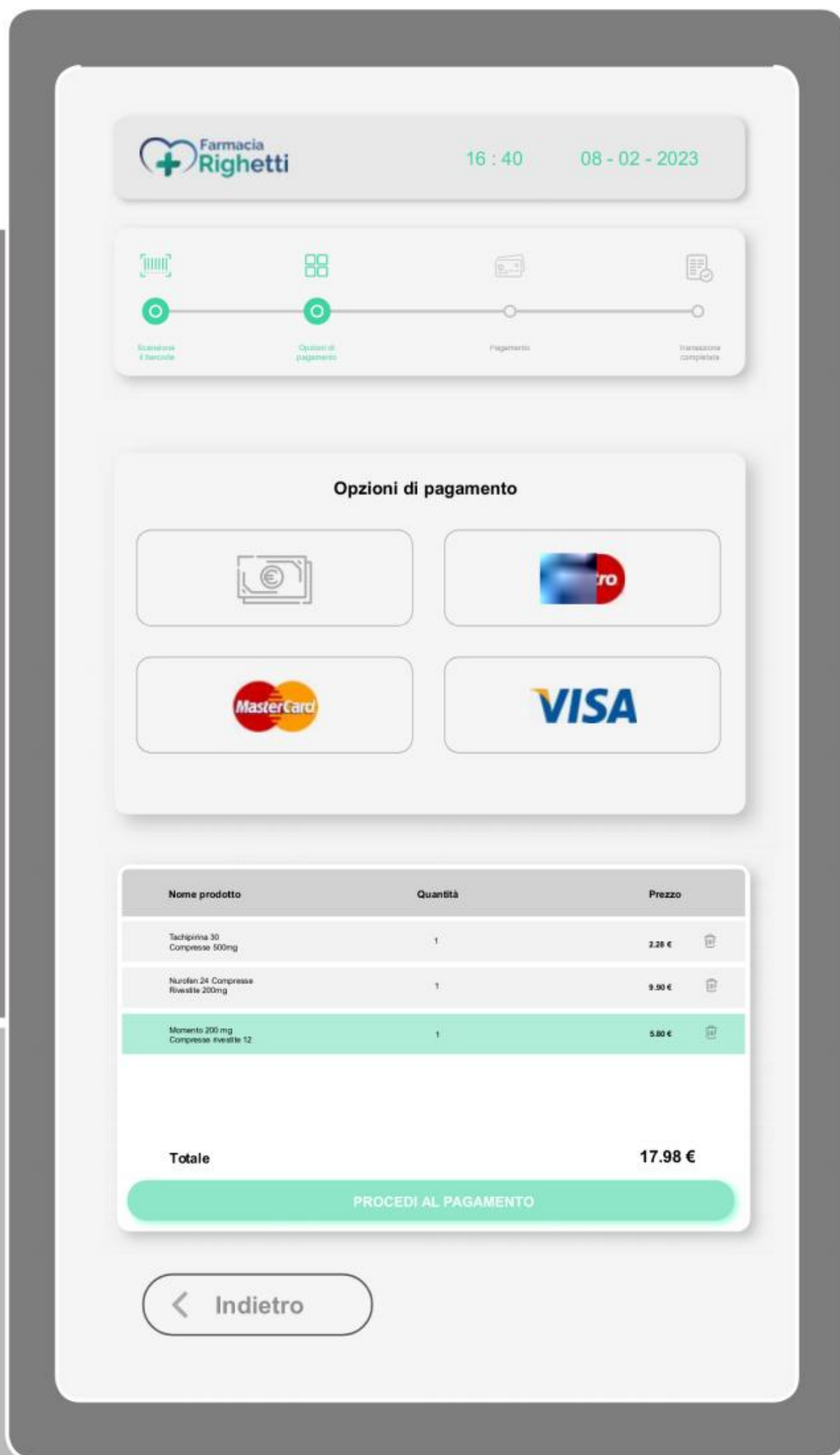
L'utente può scegliere le modalità cashless o contanti.

Avvisi luminosi forniscono il feedback sulla riuscita del pagamento

Monete
Coins

Banconote
Bills

Schermata di scelta del metodo di pagamento



Fascia di
progressione
dell'ordine

Scelta delle
modalità di
pagamento

Riepilogo del
carrello

Progetto



FUNZIONAMENTO

FASE 3 - CHECKOUT



Completato il pagamento con la modalità scelta si può procedere all'imbustamento della merce

Disattivazione delle etichette antitaccheggio a radiofrequenza tramite i disattinatori RF posti sotto al piano

Imbustamento della merce.
Possibilità di ausilio all'apertura del sacchetto tramite fissaggio alla maniglia



Facilitazione all'inserimento dei prodotti in buste con manico

Progetto

myWay

SCHEMA RIASSUNTIVO DELLE FASI

1 Fase Espositiva
Proiezione di
promozioni, eventi e
schede informative



2 Fase Operativa
Scansione di prodotti
e interazione con le
informazioni



3 Fase Checkout
Scansione di prodotti
e interazione con le
informazioni



1 Fase Espositiva
Funzione informativa e pubblicitaria



2 Fase Operativa
Funzione gestionale e analisi dei prodotti



3 Fase Checkout
Funzione di pagamento e finalizzazione acquisti



ERGONOMIA E DIMENSIONAMENTO

Struttura inclinata di schermo e componenti per ottimizzare l'accessibilità di ogni categoria di utente.

ALTEZZA DI VISIONE

Grafico di esempio delle altezze di visione tra utenti normodotati e in carrozzina



Inclinazione verticale del display di 20°



INCLINAZIONE DELLO SCHERMO PER
L'OTTIMIZZAZIONE DELLA VISIBILITÀ IN
UTENTI IN POSIZIONE RETTA



POSIZIONAMENTO DELLO SCHERMO
FUNZIONALE AD UNA **VISIONE
CENTRATA** PER UTENTI IN SEDIA A
ROTELLE



ALTEZZE DEL PIANO E
DELLE COMPONENTI
ADATTE AD ENTRAMBE
LE POSTURE

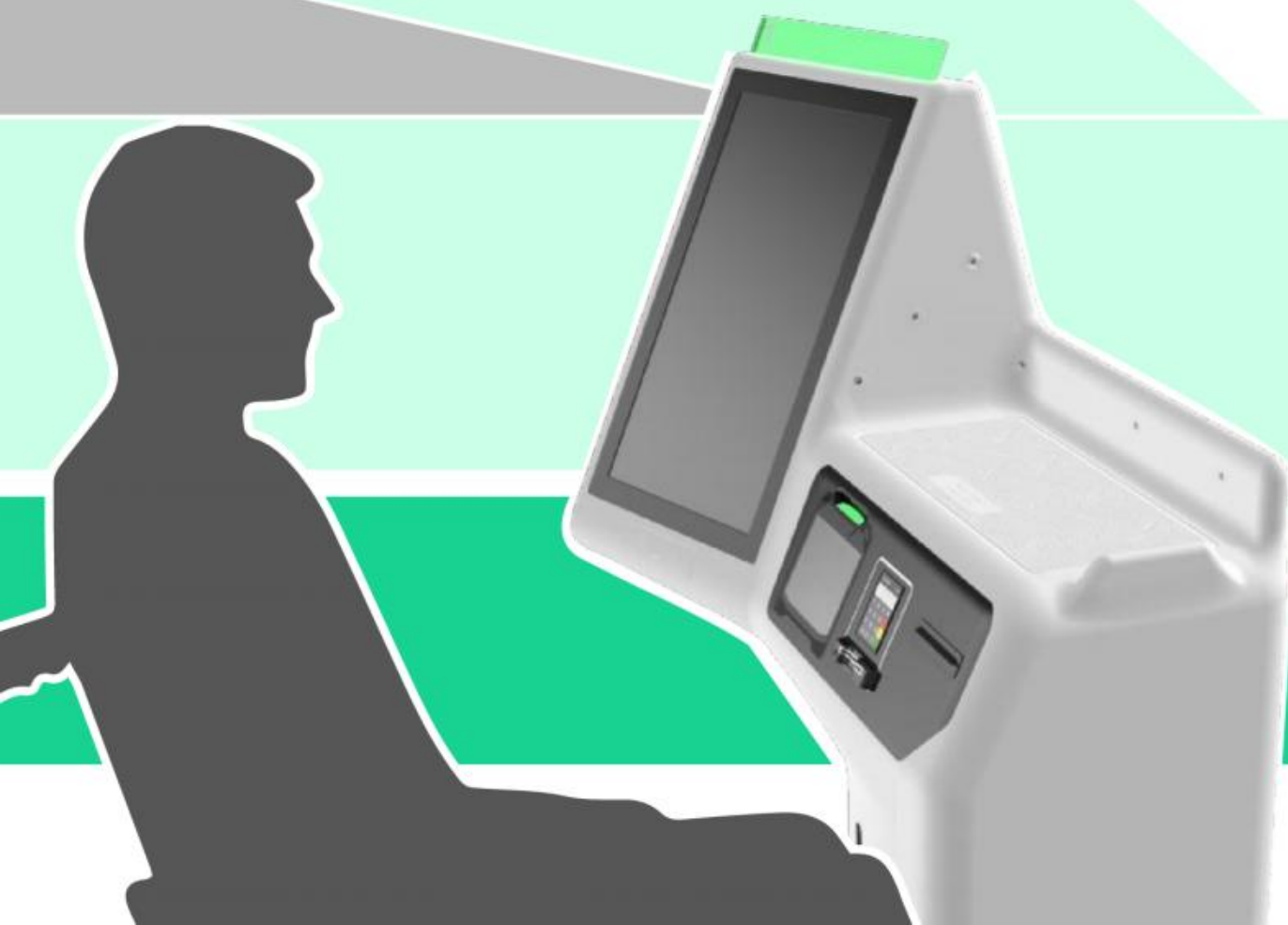


INCLINAZIONE SCHERMO

Torsione longitudinale dello
schermo di circa 20°.

**Miglioramento della
visibilità durante l'utilizzo
della stazione.**

Consente di centrare la
visuale per utenti in sedia a
rotelle in posizione laterale
al dispositivo.



ERGONOMIA E DIMENSIONAMENTO

Struttura del prodotto progettata all'utilizzo laterale ottimale da parte di utenti in sedia a rotelle.

Base di appoggio svasata

Forma triangolare di appoggio per il mantenimento dell'equilibrio della struttura unita ad una **maggiore spazialità di movimento ed ingresso laterale** da utenti in carrozzina.

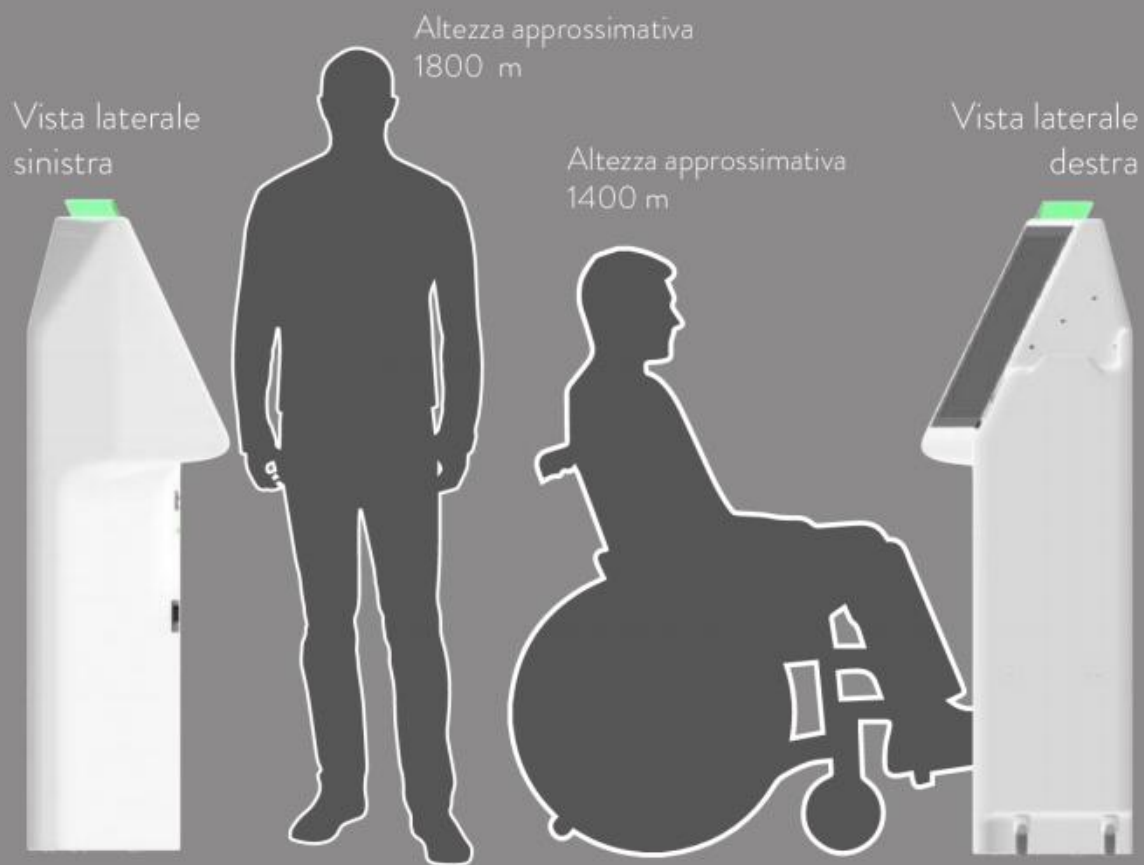


Spazio rientrante per l'avvicinamento e movimenti di manovra



Esempio di posizionamento dell'utente.

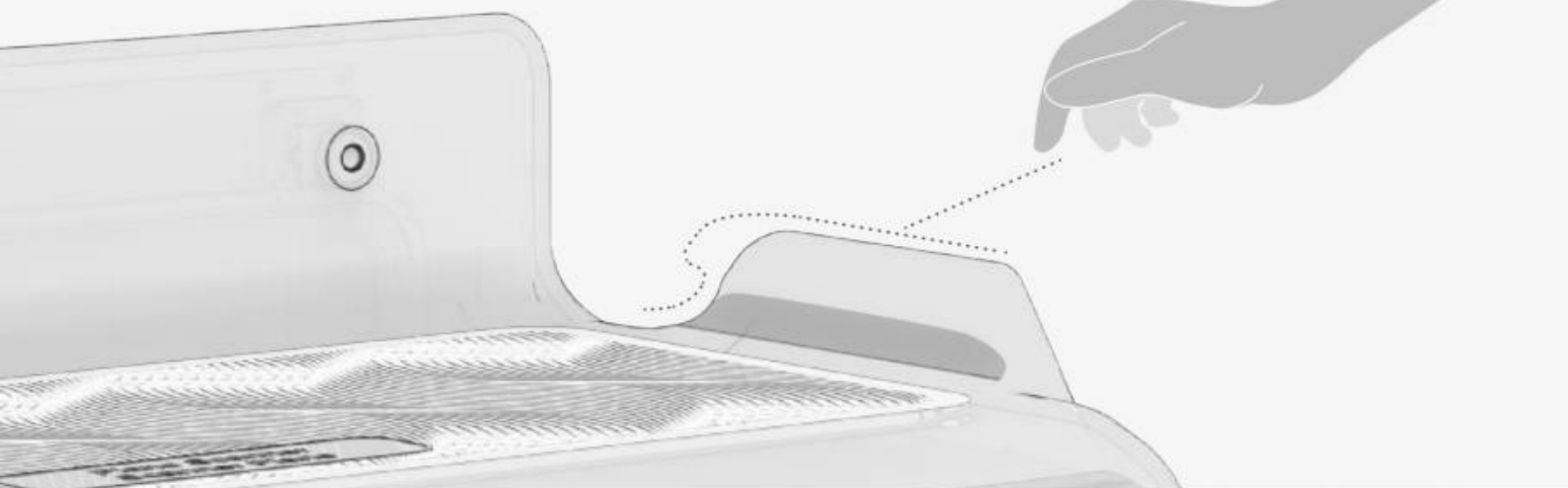
La spazio disponibile sotto lo schermo consente di regolare la distanza e un certo grado di inclinazione, aumentando il confort d'utilizzo e la capacità visiva e tattile del display.



Progetto

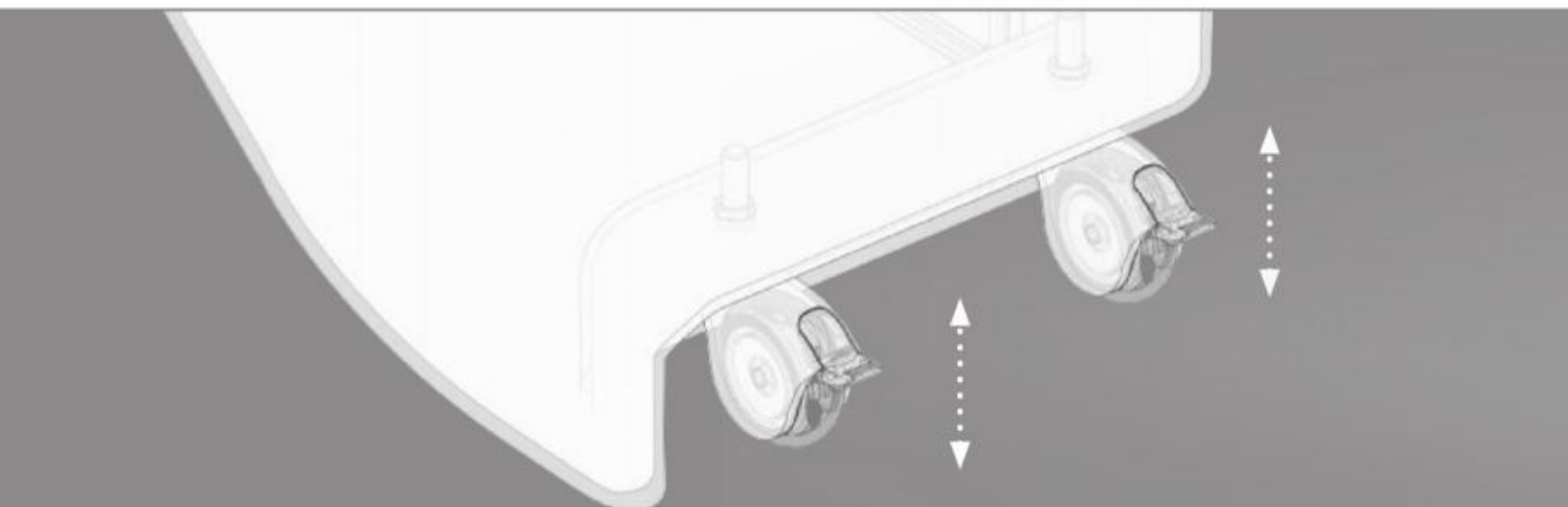
CARATTERISTICHE ACCESSORIE

Spondina laterale del piano sagomata con funzione accessoria di maniglia per facilitare lo spostamento del prodotto.




Offre una copertura di chiusura laterale del piano per evitare caduta della merce e consente l'utilizzo come appiglio all'apertura di buste.

Sistema di movimento basato su tre ruote piroettanti, due laterali con sistema di freno raggiungibile dalla persona, consentono uno spostamento facilitato della stazione, sia per operazioni di manutenzione, sia per facilitare la pulizia degli spazi dove è posta.



Fascia luminosa di feedback visibile facilmente sia dall'utente che dal personale del presidio. Informa sullo stato di funzionamento della stazione.

Cromatismo Feedback: luce verde, gialla e rosso a seconda dello stato, verde per condizione di utilizzo normale, gialla per stato di attesa prima del proseguimento d'azione e rosso per blocchi, guasti e richiamo del personale.



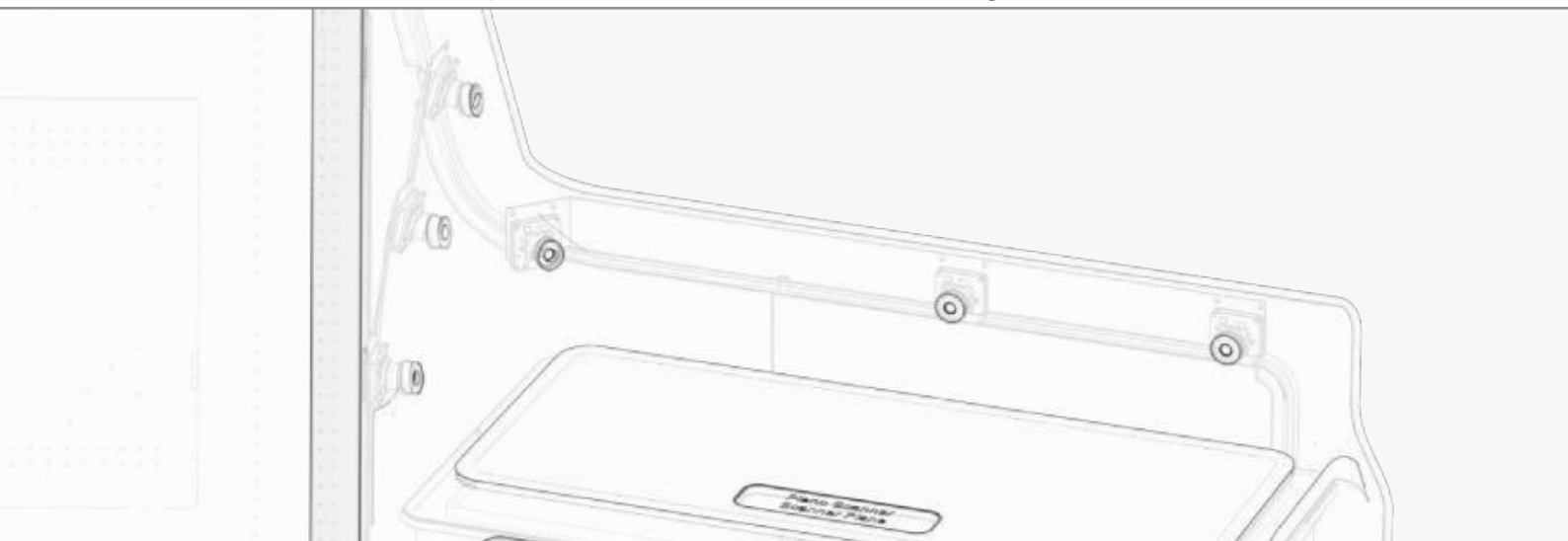
Sportello con sistema di sicurezza a chiave, apertura della parete posteriore della stazione per consentire operazioni di manutenzione da parte del personale del locale e di tecnici preposti nel caso sia necessario.

La manutenzione ordinaria prevede lo svuotamento dei moduli contanti e il ricambio della carta della stampante termica.

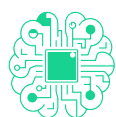
Progetto

CARATTERISTICHE ACCESSORIE

Sistema di processo delle telecamere e del sistema di audioguida e input vocale basato su processi di calcolo assistiti da intelligenza artificiale.

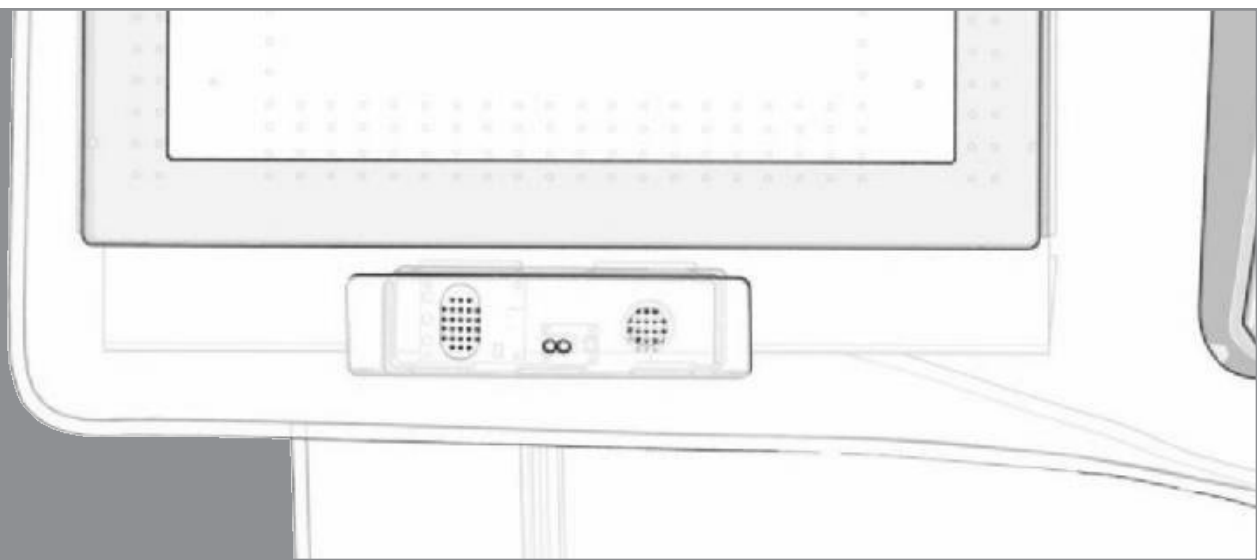


Il sistema multicamera consente di elaborare in contemporanea lo spazio del piano. La possibilità di utilizzare processi intelligenti facilita la creazione di database e di possibilità di scansione migliorata nel tempo dei prodotti visionati.



Processi intelligenti di analisi ed elaborazione dati vocali e visivi

Sistema d'input vocale, riconoscimento vocale e audioguida che segue i processi d'intelligenza artificiale consentendo di ampliare le possibilità di utilizzo da parte dell'utente e migliora le risposte date dal prodotto.



CONFIGURAZIONI MULTIPLE


La stazione è progettata per uso singolo, multiplo e a configurazione speculare, che sia secondo un posizionamento ad isola o parietale.

La possibilità di movimento delle stazioni consente di regolare il posizionamento di configurazioni diversificate nell'ambiente

In diversi abbinamenti le stazioni mantengono una divisione delle zone operative, i piani rimangono separati tramite le sponde posteriori e laterali.







Stazione myWay ambientata in presidi di diverse tipologie. Immagine 1: stazioni multiple a disposizione doppia.

Immagine 2: myWay in zona banco farmaceutico per presidi di piccole dimensioni.

Immagine 3: stazione in zona merceologica, laterale al banco estetico.



1

Immagine 4: Stazioni multiple ad isola centrale.
Immagine 5: Stazioni multiple posizionate vicino alla zona del banco farmaceutico.
Immagine 6: Stazione singola parietale in reparti espositivi.



5



Materiali Principali

Polietilene ad alta densità HDPE

Polimero termoplastico appartenente alla famiglia delle Poliolefine. Viene ottenuto dalla polimerizzazione dell'etilene ed è uno dei polimeri più lavorati ed utilizzati costituendo la frazione più grande di consumo mondiale di polimeri. La densità maggiore rispetto alla variante con densità media (MDPE) e a bassa densità (LDPE) offre al materiale una resistenza maggiore ad urti e trazioni, maggiore durezza e resistenza a temperature elevate.

È uno dei polimeri plastici maggiormente diffusi e mantiene un alto tasso di riciclabilità (circa 85%), mantenendo una qualità stabile e prestazioni tecniche simili.

Il Polietilene nelle sue varie densità è uno dei polimeri maggiormente utilizzati nello stampaggio rotazionale grazie alla buona trasformazione in granuli del materiale.



- Costi di produzione e riciclaggio bassi
- Alta compatibilità con lo stampaggio rotazionale
- Alto coefficiente di riciclabilità
- Resistenza ad agenti chimici e agenti esterni
- Buone prestazioni di resistenza e durezza



HDPE bianco marmo (satinato)

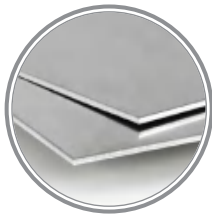
Gradazione del bianco puro leggermente più scura, consente di mantenere il colore scelto utilizzando materiale riciclato.



HDPE nero (lucido)

Materiale utilizzato per gli inserti e le mascherine presenti nel prodotto.

Semilavorati e materiali secondari



Lamiera di acciaio inossidabile

Lamiera di acciaio inossidabile rivestita con pellicola satinata bianca, sagomata a laser e stampata a freddo, materiale utilizzato per la realizzazione della parete posteriore della stazione.



Inseriti e rinforzi in acciaio inossidabile

• Inserti con interno filettato inseriti nel processo di stampaggio rotazionale nella scocca portante della stazione.

Utili alle operazioni di assemblaggio degli elementi del progetto, consentono di ridurre i processi produttivi e gli elementi di fissaggio esterni.

- Piastra reggi modulo contanti
- Bulloni e dadi di fissaggio della piastra, delle ruote e delle viti di aggancio dei componenti elettronici.



HDPE semitrasparente

Polietilene ad alta densità semitrasparente per la produzione delle placche dei segnali luminosi, la fascia di feedback superiore allo schermo, la placca di avviso nella zona contanti.

Altri materiali, elementi della componentistica elettronica

Vetro (Monito, scanner, lenti fotocamere), gomma e guane in pvc (Cavi elettrici), rame (cavi e cablaggi) ...

Processi Produttivi

Stampaggio Rotazionale

Lo stampaggio rotazionale è un processo di produzione a bassa pressione e temperature elevate con cui è possibile realizzare produzioni cave e di grande dimensioni senza la necessità di controstampi per le sezioni cave. La natura del processo richiede l'utilizzo di polimeri termoplastici. Segue principalmente 4 fasi di processo; il caricamento dello stampo con materiale allo stato liquido, granuli fini o in polvere per consentire lo scorrimento lungo le pareti, si riscalda poi lo stampo mentre viene fatto ruotare su due assi perpendicolari, tramite la temperatura e il tempo di rotazione si possono variare spessori in punti prestabiliti del prodotto e variare le densità del materiale, si procede poi con il raffreddamento ed in seguito si esegua l'espulsione del pezzo aprendo e smontando le pareti dello stampo.

Componenti interessati

Scocca portante

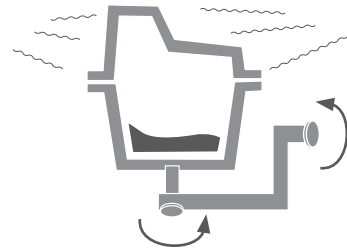
Materiale



HDPE bianco marmo



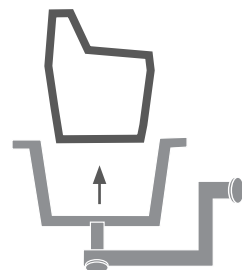
Fase 1 : caricamento del materiale in granuli di HDPE



Fase 2 : riscaldamento e rotazioni dello stampo



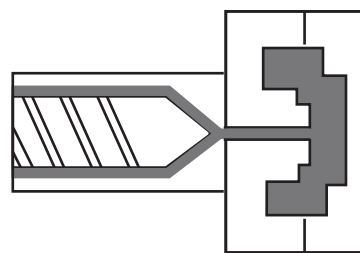
Fase 3: raffreddamento



Fase 4: sformatura

Stampaggio ad iniezione

Processo di produzione di polimeri termoplastici, termoindurenti e di tecnopolimeri basato su alte temperature e pressioni. Il processo consiste nella fusione di granuli di materiale plastico, spinti da una vite senza fine a pressione attraverso le cavità ricavate da due o più matrici dello stampo. In seguito ad un breve raffreddamento le pareti dello stampo vengono separate e il pezzo estratto attraverso dei pistoncini di espulsione. Processo altamente affidabile in termini di precisione dimensionale, con buoni rapporti di sensibilità anche ad unità di misura basse. L'HDPE è particolarmente adatto a tale stampaggio grazie alla densità che lo caratterizza.



- Costo unitario basso
- Cicli veloci di produzione
- Qualità superficiale alta
- Ottimale per polimeri termoplastici

Componenti interessati

- Mascherina frontale,
- Mascherina accogli monete,
- Mascherina banconote,
- Mascherina scivolo del rendiresto.
- Mascherina audio

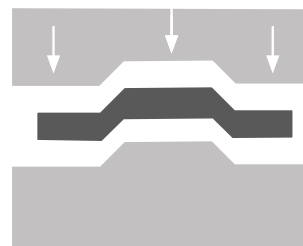
Materiale



HDPE bianco marmo
e nero

Stampaggio a freddo (lamiera di acciaio)

Lo stampaggio a freddo è una lavorazione che permette di modellare le lamiere metalliche inserite in un apposito stampo tramite pressione. Consente di modellare la lamiera tramite piegamenti, imbutiture e sagomature.



Componenti interessati

- Lamiera posteriore
- Sportello lamiera
- Supporti componentistica

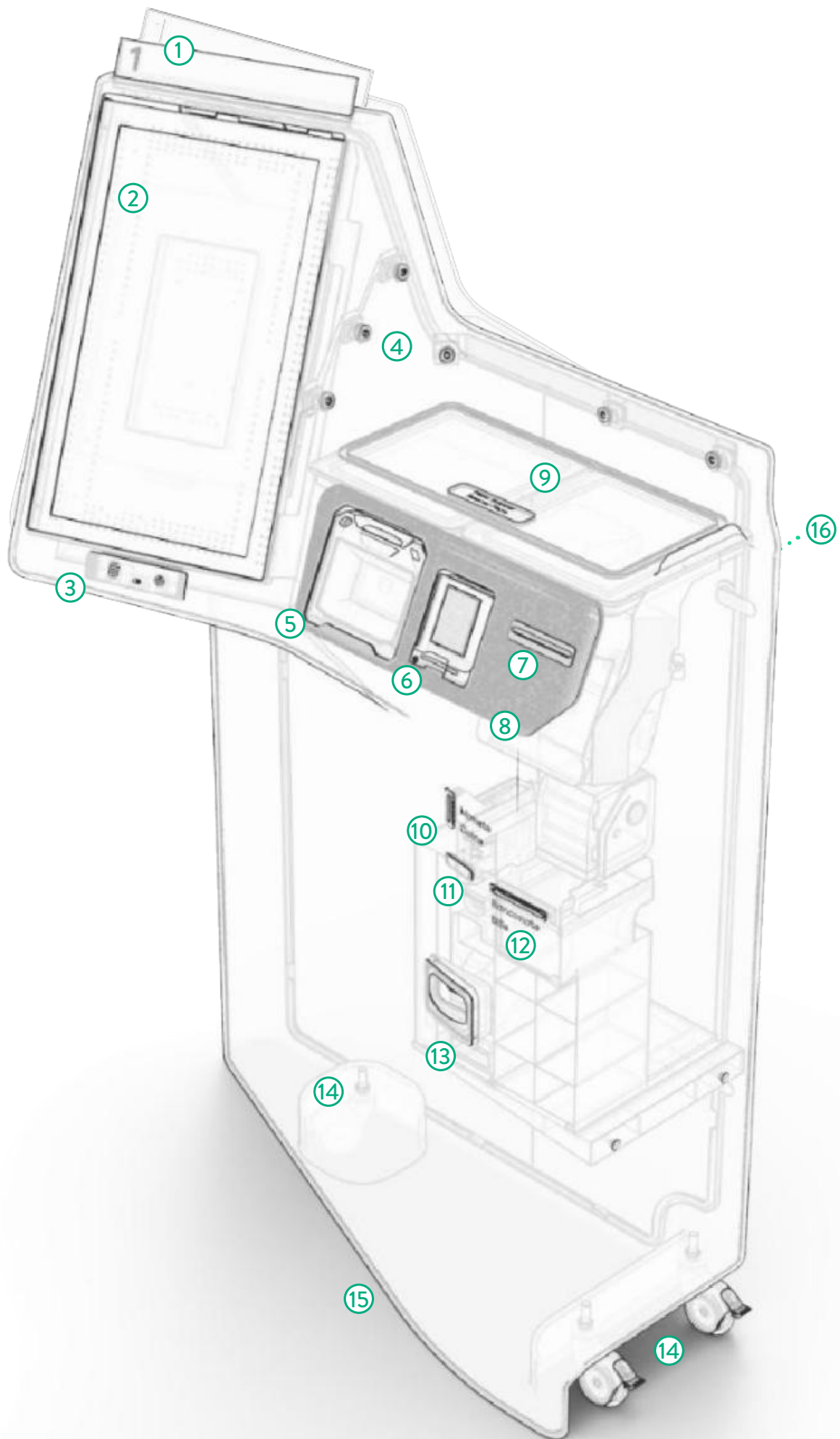
Materiale



Lamiera di acciaio

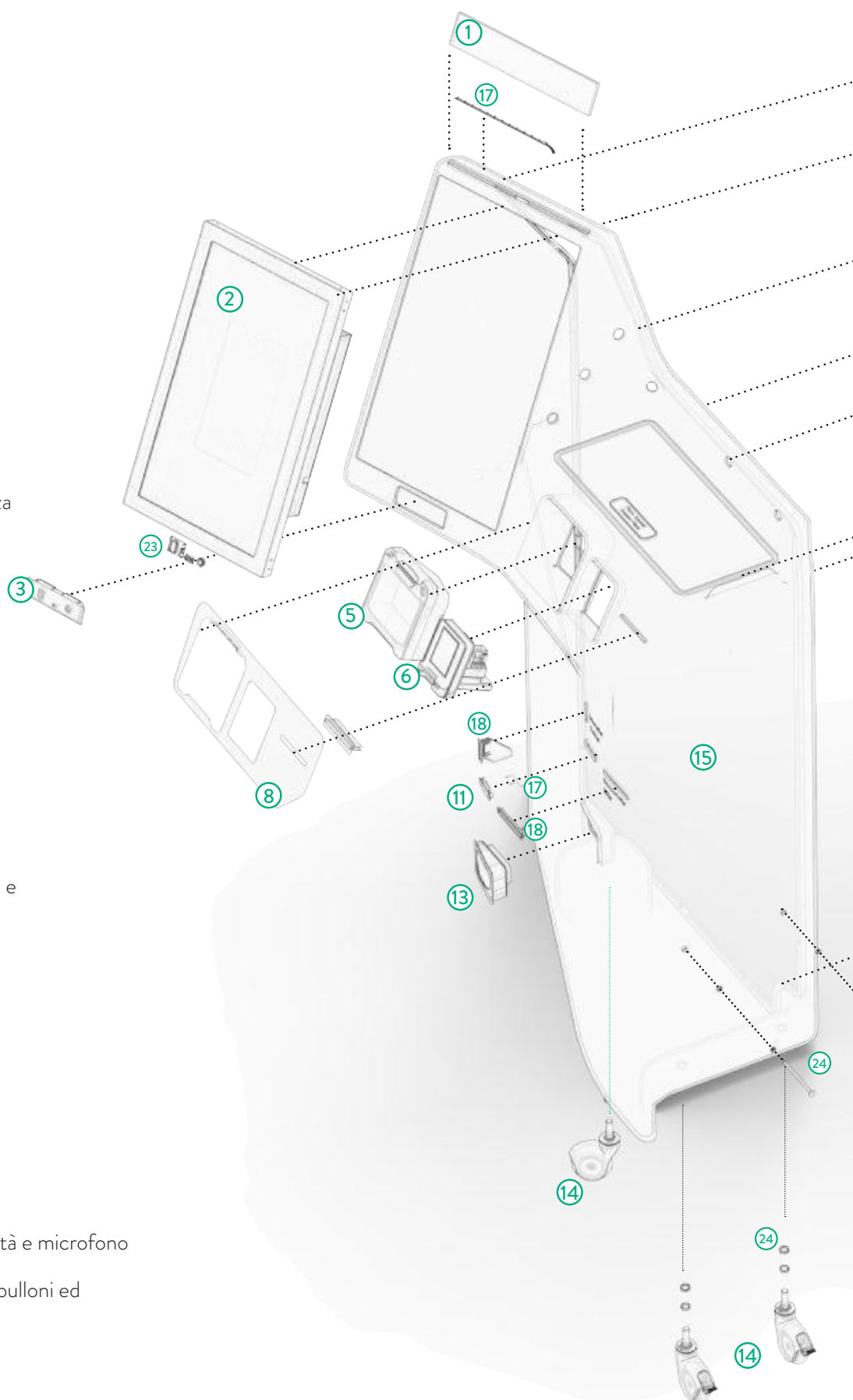
Progetto MAC

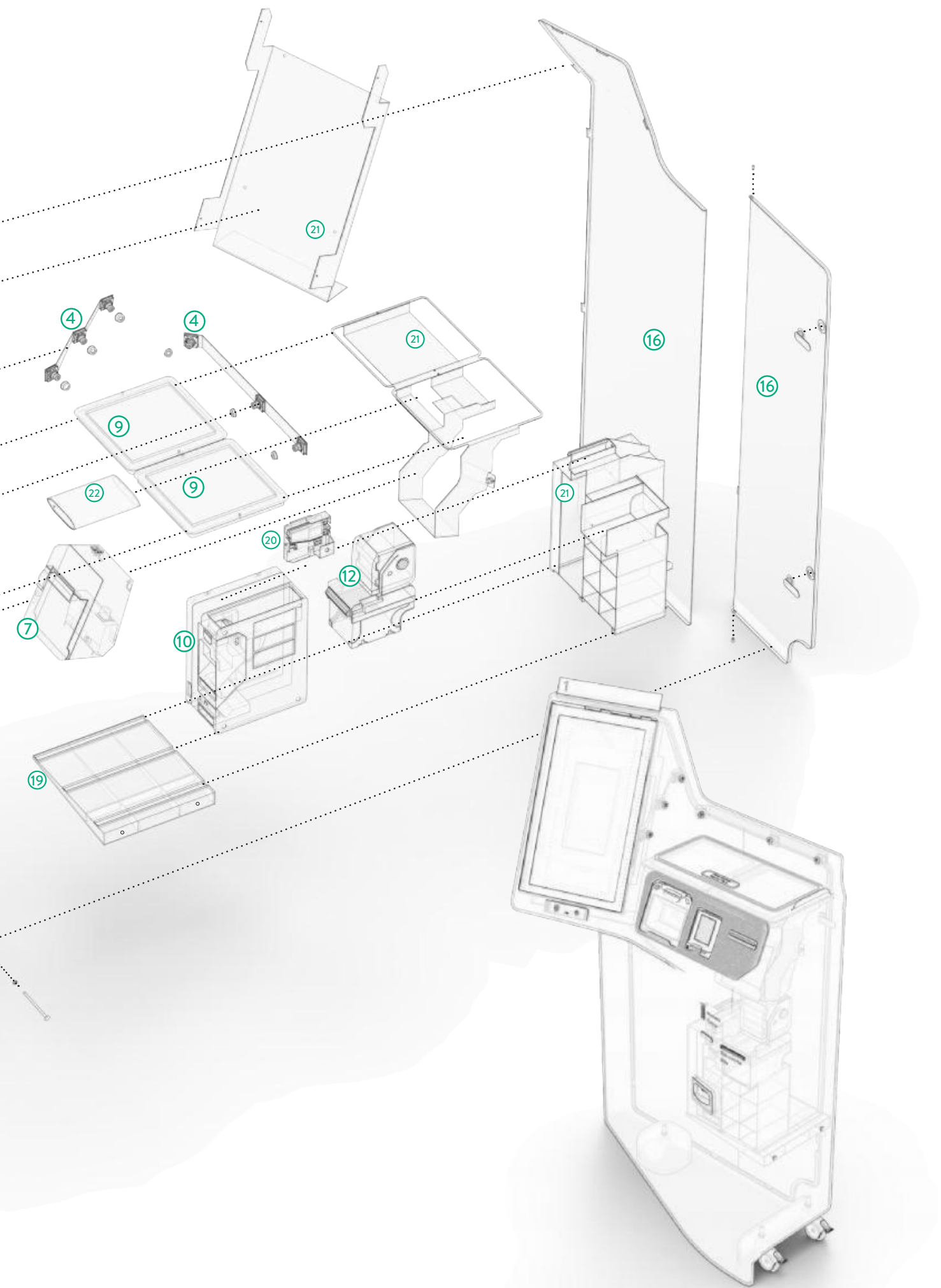
- ① Fasci
- ② Moni
- ③ Fasci
- ④ Siste
- ⑤ Scan
- ⑥ Term
- ⑦ Stam
- ⑧ Masc
- ⑨ Pianc
- ⑩ Modi
- ⑪ Fasci
- ⑫ Modi
- ⑬ Scivc
- ⑭ Ruot
- ⑮ Scoc
- ⑯ Lastr



ESPLOSO COMPONENTI

- ① Fascia di feedback superiore
- ② Monitor
- ③ Mascherina Audio
- ④ Telecamere
- ⑤ Scanner 2D
- ⑥ Terminale Pos
- ⑦ Stampante termica 58 mm
- ⑧ Mascherina frontale nera
- ⑨ Disattinatori a radiofrequenza
- ⑩ Modulo monete
- ⑪ Fascia di feedback luminoso contanti
- ⑫ Modulo banconote
- ⑬ Scivolo rendiresto
- ⑭ Ruote piroettanti (laterali con blocco)
- ⑮ Scocca portante
- ⑯ Lastra posteriore di chiusura e sportello con bloccaggio.
- ⑰ Fasce Led rgb
- ⑱ Mascherine contanti
- ⑲ Piastra di sostegno
- ⑳ Modulo accetta monete
- ㉑ Supporti di aggancio
- ㉒ Modulo driver disattinatori
- ㉓ Speaker, sensore di prossimità e microfono
- ㉔ Perni filettati a testa piatta, bulloni ed inserti filettati





Progetto

COMPONENTISTICA ED ELETTRONICA



Monitor touch screen 22 pollici
Monitor 22HD7M - beeTronics



Microfono e modulo riconoscimento vocale
EASY VR SHIELD - Robotech



Speaker
3885 - Adafruit



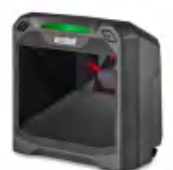
Lettoce ottico laser
GP2Y0E02A -
SHARP/SOCLE TECHNOLOGY



Sistema di pagamento POS
IGIENICO SELF 5000 - Igienico



Stampante termica 58 mm
TM-T20III- Epson



Scanner 2D
DS7708 - Zebra



Fotocamere ad elaborazione d'immagine
e-CAM137A_CUMI1335_MOD



Modulo multicamera
e-CAM130A_CUXVR



Processore di calcolo per intelligenza artificiale
NVIDIA JETSON NANO 4GB - Nvidia



Disattinatori a radiofrequenza RF
DB212B RF LABEL DEACTIVATOR -
Century



Riciclatore di monete
FLEXI HOPPER X5 CGS - Microhard



Validatore di monete
G-13 - Cpi

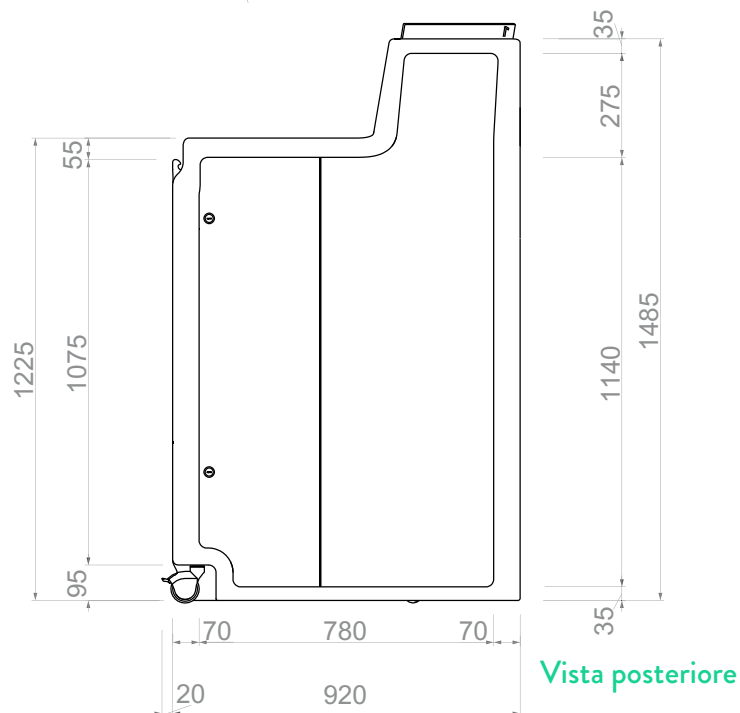
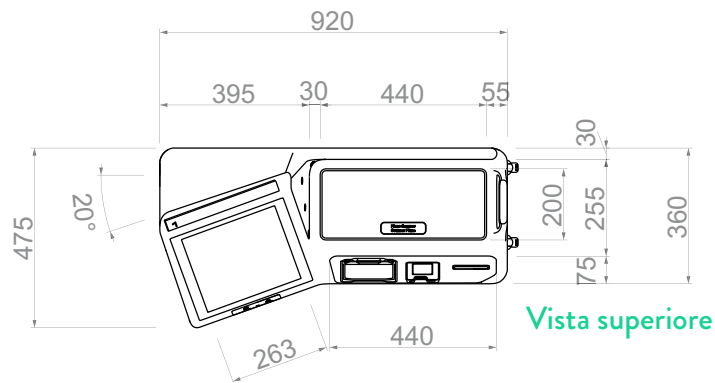
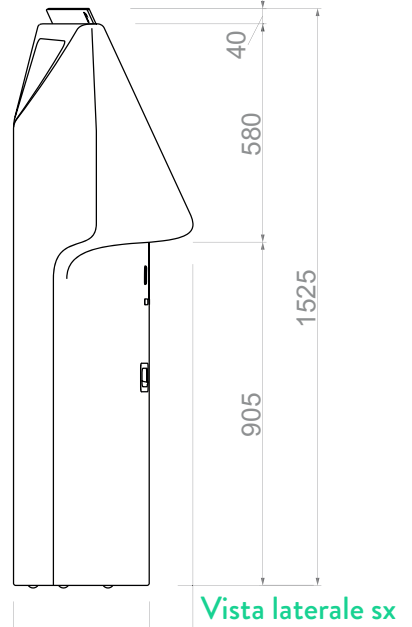
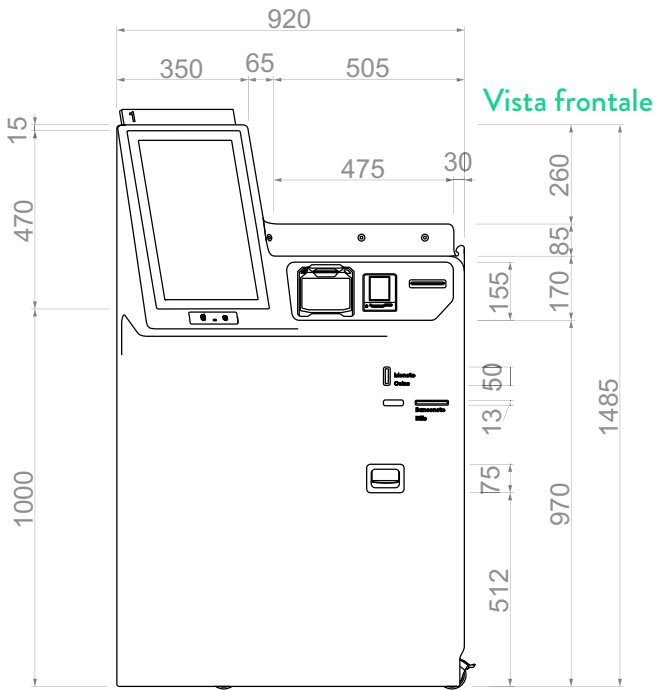
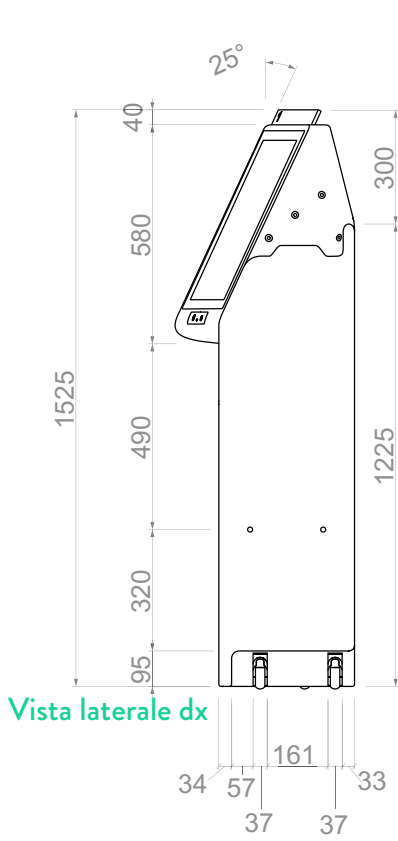
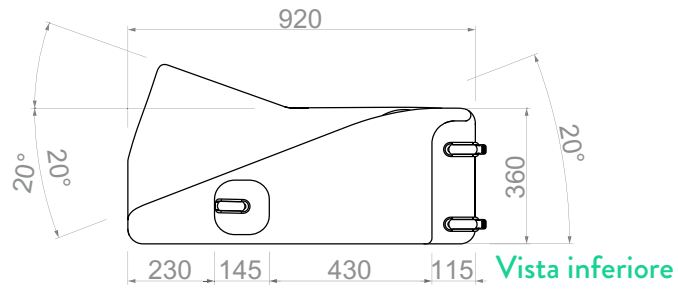


Validatore di banconote
VEGA + VEGA RC - KeyFuture

Disegni tecnici

Scala 1:20

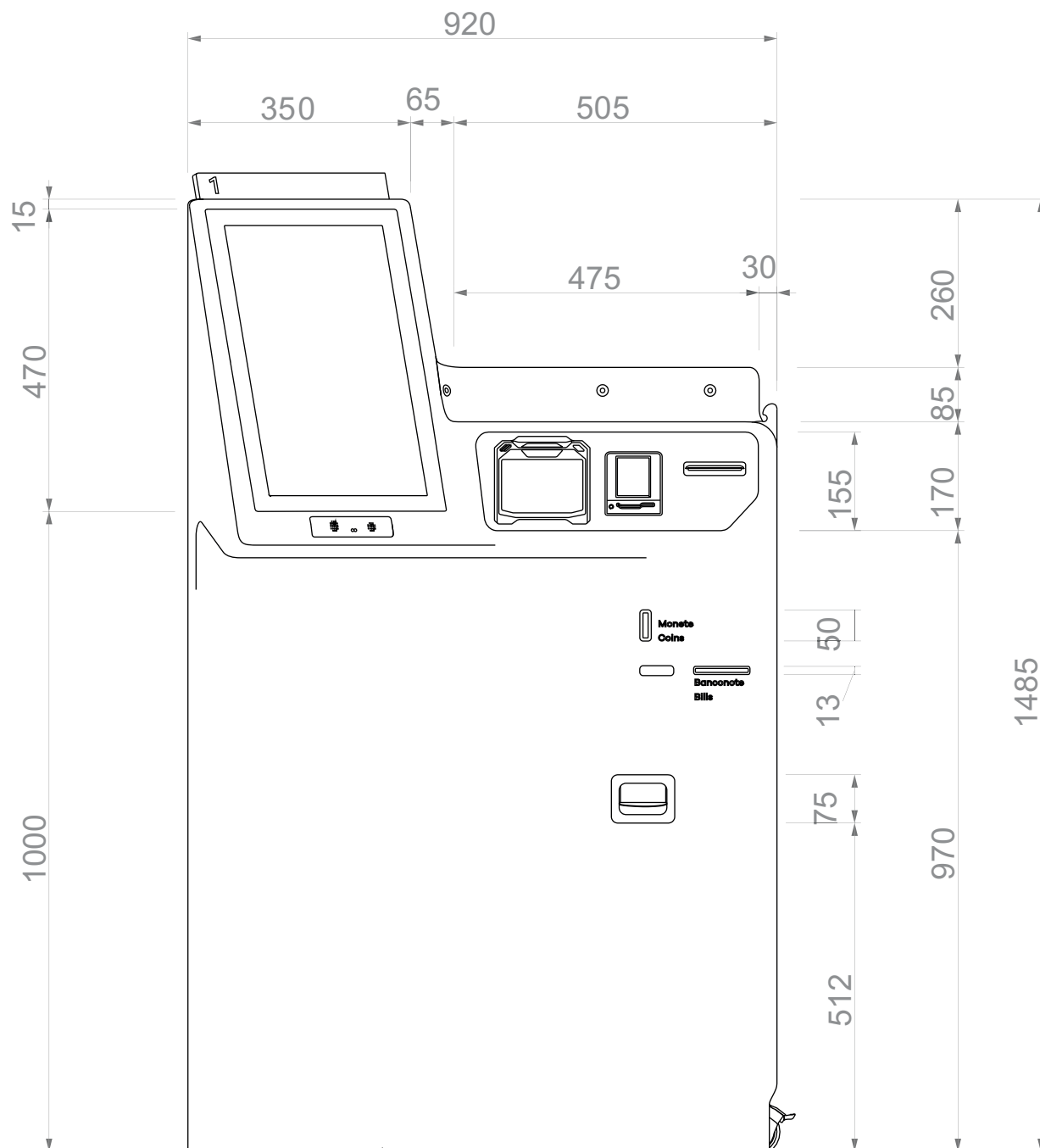
Unità di misura 1 = 1 mm



Disegni tecnici

Scala 1:10

Unità di misura 1 = 1 mm

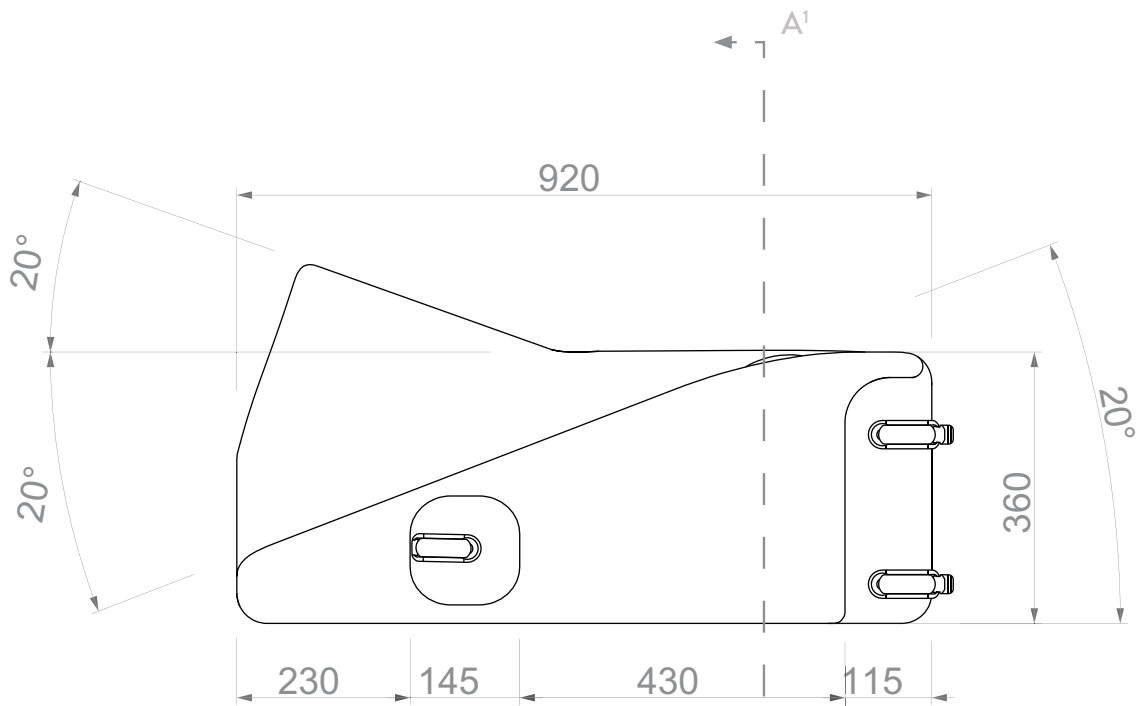


Vista frontale

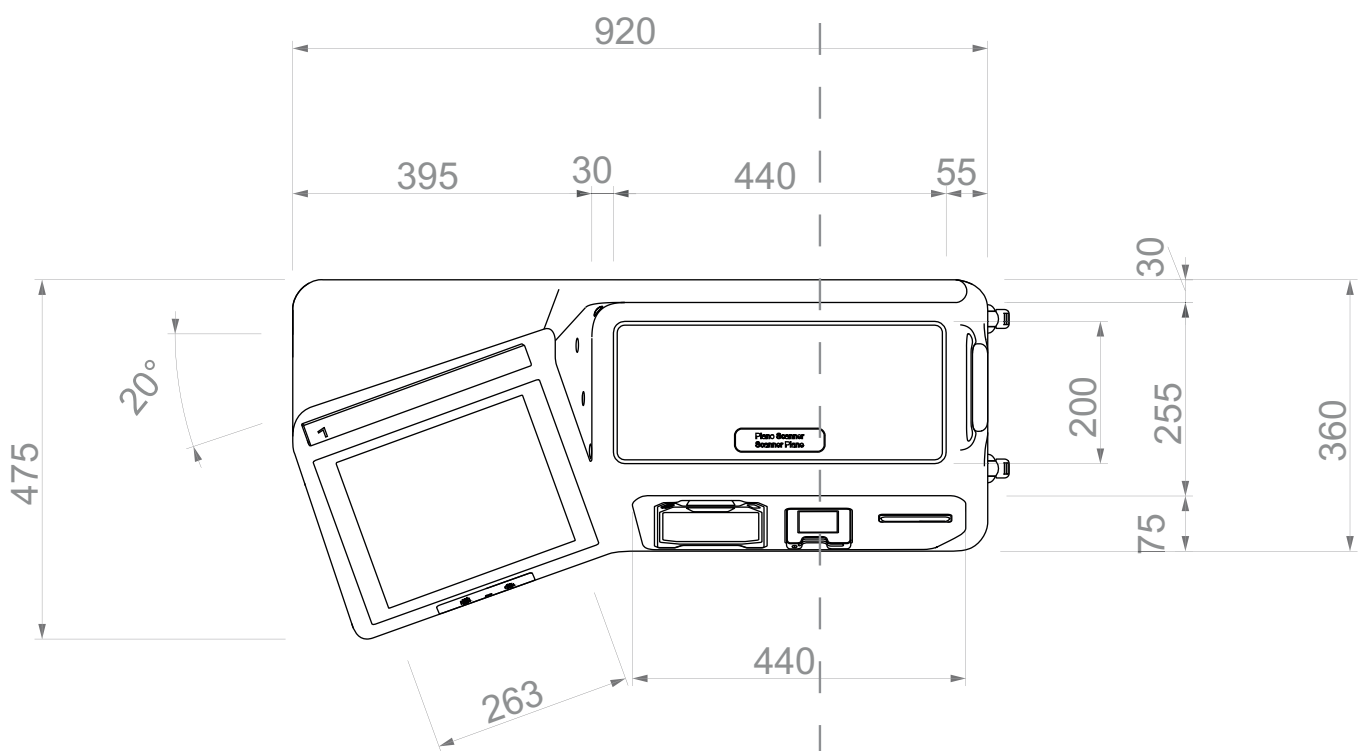
Disegni tecnici

Scala 1:10

Unità di misura 1 = 1 mm



Vista inferiore

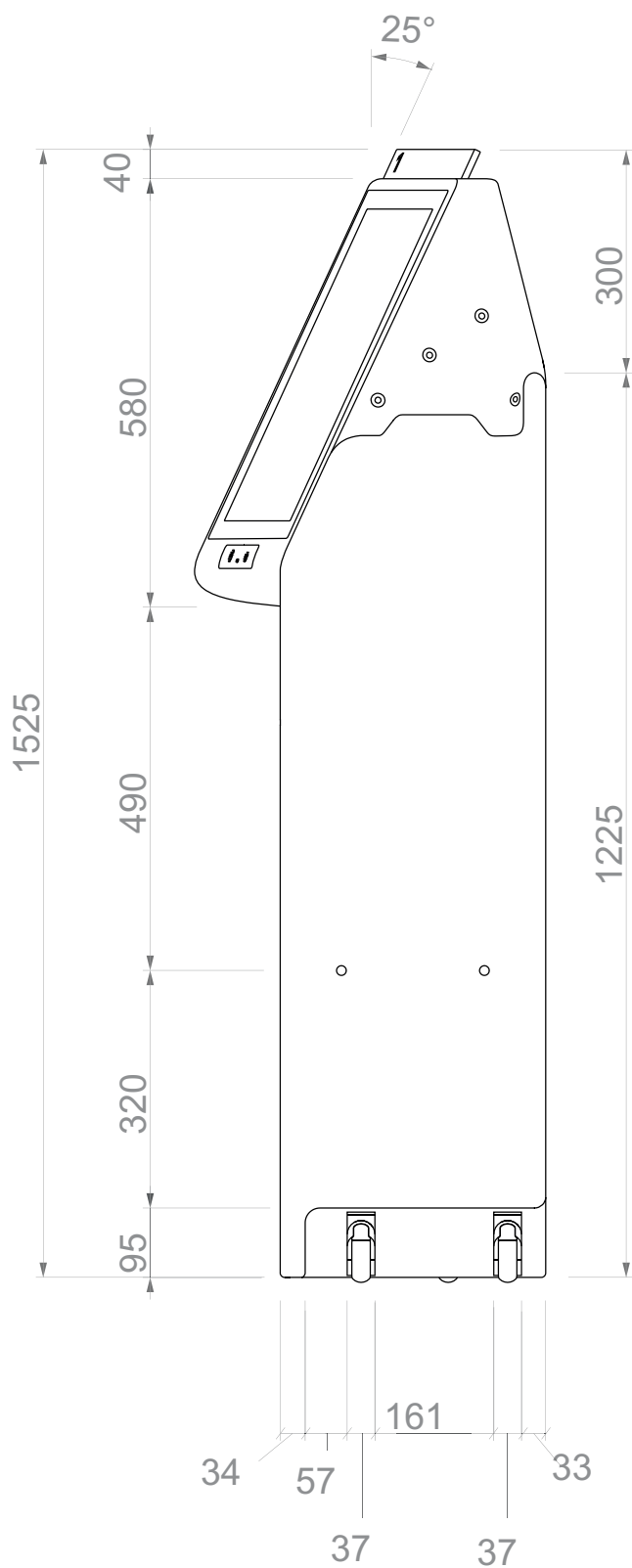


Vista superiore

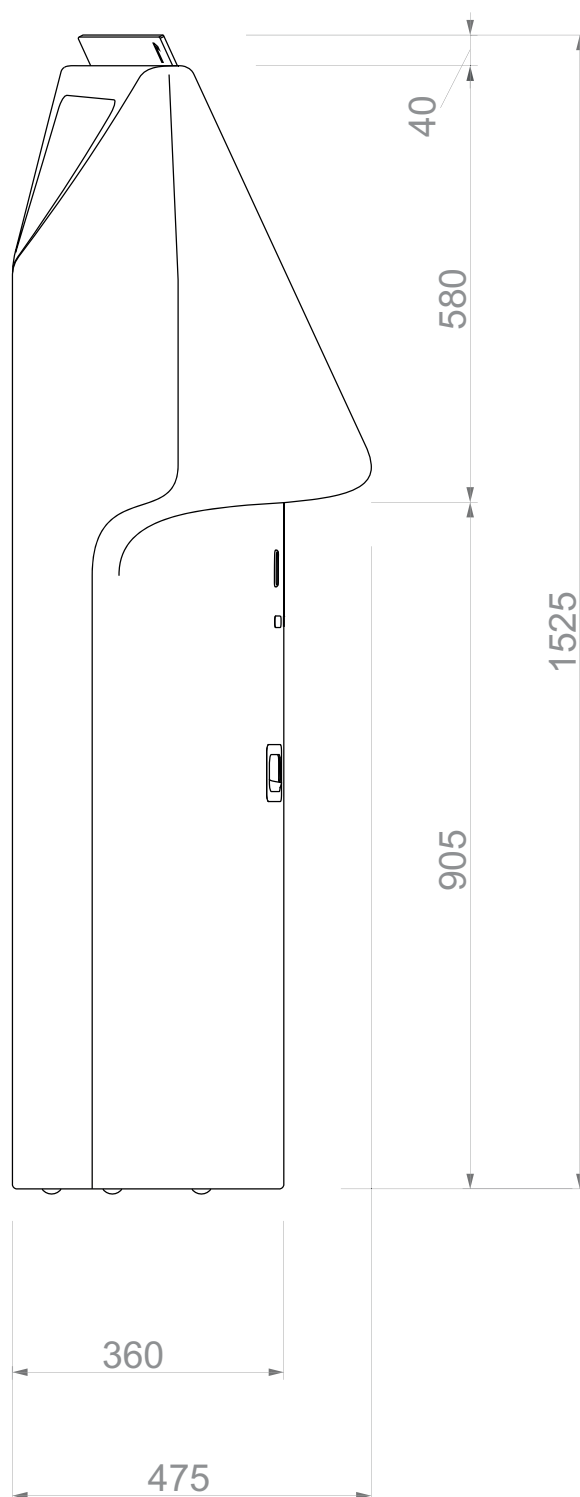
Disegni tecnici

Scala 1:10

Unità di misura 1 = 1 mm



Vista laterale dx



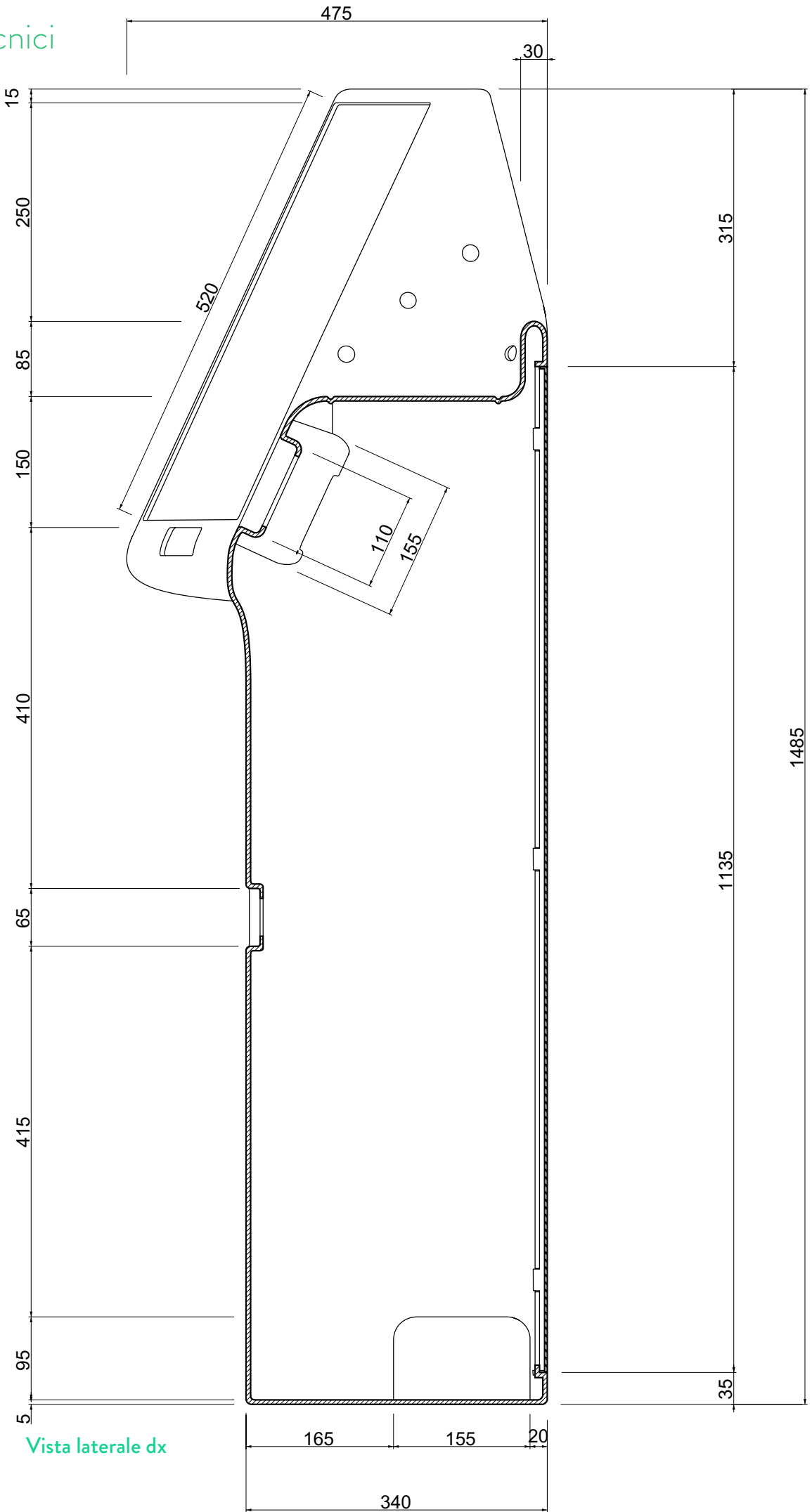
Vista laterale sx

Disegni tecnici

Sezione Scocche A-A¹

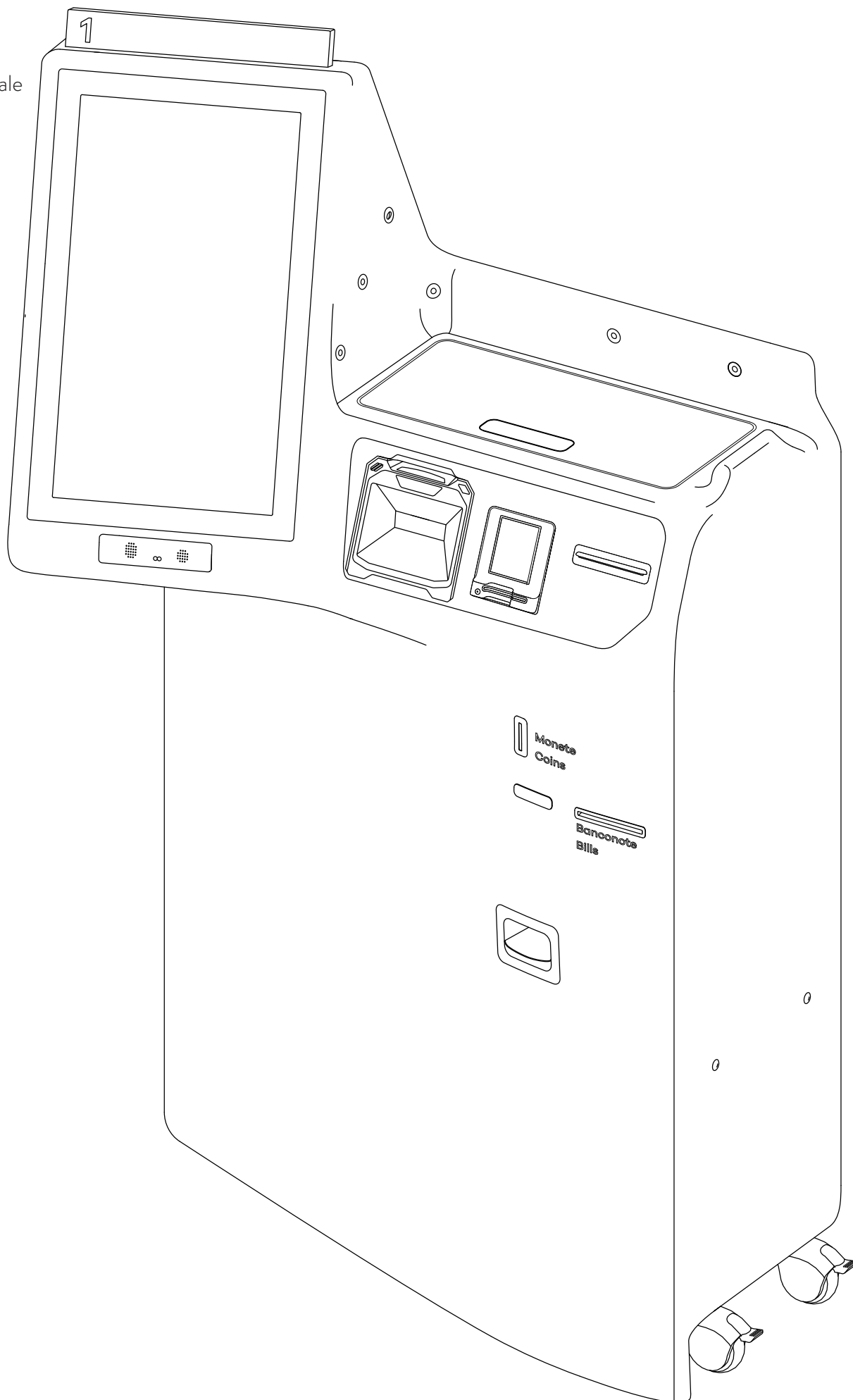
Scala
non
convenzionale
1:6

Unità
di
misura
1 = 1 mm



Disegni tecnici

Scala
non
convenzionale
1:6



RIFERIMENTI

- INSPIRING THE FUTURE PHARMACY, Monica A.G. Scanu
- LA TELEMEDICINA:STRUMENTO DI INNOVAZIONE TECNOLOGICA E CULTURALE. - TESI DI LAUREA in INGEGNERIA ELETTRONICA MAGISTRALE Filippo Menabue, relatore Chiar.mo Prof. Claudio Lamberti CORRELATORE, Dott. Ing. Massimo Garagnani.
- Federfarma - Report anno 2016
- Federfarma - Report anno 2017
- Federfarma - Report anno 2018
- Federfarma - Report anno 2019
- Federfarma - Report anno 2020
- iFarma- Report anno 2017

- https://www.quotidianosanita.it/lavoro-e-professioni/articolo.php?articolo_id=67456
- https://www.quotidianosanita.it/lavoro-e-professioni/articolo.php?articolo_id=3758
- https://www.sartorettoverna.it/servizi_farmacia.html
- <http://www.fcr.re.it/decreto-16122010--analisi-di-prima-istanza-in-farmacia>
- <https://news.farmamanager.academy/farmacia-dei-servizi>
- <http://www.fpress.it/fliera/pharmaceutical-care-si-delinea-il-piano-di-federfarma-ma-resta-lincognita-tempi/>
- <https://www.farmakom.it/ecommerce-farmacia-il-ruolo-del-farmacista-sui-social/>
- https://www.adnkronos.com/immediapress/ict/2019/06/27/commerce-farmaceutico-farmacia-loreto-gallo-sempre-piu-leader_RgpTmg1vjjuSFMrVPk8irN.html
- <https://www.mondopmi.com/crescita-pmi/farmacia-digitale-tra-ai-e-sicurezza-i-nuovi-trend-della-farmacia-del-futuro>
- <https://www.starbene.it/salute/problemi-soluzioni/telemedicina-cos-e-come-funziona/>
- https://www.assinteritalia.it/OLD_content/download/589/5357/file/Arsenal.IT-CENSIS_Cittadini%20e%20Sanita%20Digitale_Studio%202016.pdf
- <https://it.yougov.com/news/2018/07/26/la-salute-online-gli-italiani/>
- <http://www.natrixlab.it/cosmofarma2017-self-care/>
- <https://www.corrierecomunicazioni.it/digital-economy/e-health-il-60-degli-italiani-non-e-disposto-a-condividere-i-propri-dati/>
- https://www.repubblica.it/salute/medicina-e-ricerca/2018/09/13/news/la_salute_per_gli_italiani_e_sempre_piu_digital-206086591/

- <https://magazine.santagostino.it/sintomi-ricerche-online-internet/>
- <https://www.dottnet.it/articolo/26139/rapporto-farmacie-stenta-a-decollare-la-farmacia-dei-servizi/>
- <https://www.iodonna.it/benessere/salute-e-psicologia/2018/11/30/esami-e-analisi-fai-da-te-si-ma-con-cautela/>
- <https://agoodmagazine.it/digital-loves-pharma/report-pgeu-2021/>
- <https://pharmacyscanner.it/focus-management-ce-un-problema-sicurezza-con-il-cliente-che-compra-abituamente-cosmetici-in-farmacia/>
- http://www.ifarma.net/wp-content/uploads/2020/06/iFarma-Luglio-2020.pdf?utm_source=email&utm_campaign=iFarma_NL_LUGLIO_2020&utm_medium=email
- <https://agoodmagazine.it/digital-loves-pharma/report-pgeu-2021/>
- <https://www.ninjamarketing.it/2017/12/19/implementare-una-strategia-crosscanale-due-esempi-da-cui-prendere-ispirazione/>
- <https://www.newyorkfacile.it/curiosita/farmacie-new-york/>
- https://www.cgm.com/ita_it/prodotti/farmacie/strumenti-and-hardware/etichette-elettroniche.html
- https://www.cgm.com/ita_it/prodotti/farmacie/strumenti-and-hardware/cgm-locker.html
- http://www.amtek.it/web/pharmalocker_it.asp
- https://www.cgm.com/ita_it/prodotti/farmacie/strumenti-and-hardware/cgm-e-vision.html
- https://www.cgm.com/ita_it/prodotti/farmacie/strumenti-and-hardware/dispenser-automatici.html
- https://www.cgm.com/ita_it/prodotti/farmacie/strumenti-and-hardware/casse-automatiche.html
- https://www.cgm.com/ita_it/prodotti/hardware-e-kit-integrativi/cgm-cardkit.html
- <https://pharmacyscanner.it/distributori-automatici-di-mascherine-lultima-novita-della-covid-economy/>
- <https://www.spaziovariabile.it/cosa/>
- <https://mobil-m.it/gallery/innovare-la-farmacia-moderna/>
- <https://www.am-lab.it/portfolio-progetti/farmacia-saleri/>
- <https://www.am-lab.it/categorie-portfolio-progetti/farmacie/>
- <https://www.thkohl.it/farmacia-filippi-erba/>
- <https://mobil-m.it/gallery/innovare-la-farmacia-moderna/>
- <https://www.am-lab.it/portfolio-progetti/farmacia-stella/>
- <https://www.am-lab.it/portfolio-progetti/farmacia-costabile/>
- <https://mobil-m.it/gallery/farmacie-mobil-m-monari/>

- <https://mobil-m.it/gallery/category-management-in-farmacia/>
- <https://www.moodiedavittreport.com/hmshost-to-use-power-of-ai-to-slash-checkout-times-at-airport-restaurants/> • <https://www.autogrill.com/it/storie/autogrill-e-linnovazione-digitale-allepoca-del-covid-19>
- <https://www.moodiedavittreport.com/hmshost-to-use-power-of-ai-to-slash-checkout-times-at-airport-restaurants/>
- <https://www.ioresource.com/product/ncr-xk22-kiosk/>
- <https://www.mytec.it/chioschi-self-ordering-soluzione-mykiosk/>
- <https://www.moodiedavittreport.com/hmshost-to-use-power-of-ai-to-slash-checkout-times-at-airport-restaurants/>
- https://www.ioresource.com/products/all-products/?swoof=1&product_cat=self-service
- <https://www.systemretail.it/blog/i-vantaggi-delle-soluzioni-self-checkout>
- <https://www.recasystems.com/prodotto/glory-ci-10/>
- <https://www.recasystems.com/prodotto/sco-self-checkout/>
- <https://innovasoftspa.it/cassa-multipay/>
- <https://shop62004.afacetoreframe.org/content?c=self%20checkout%20pos&id=1>
- <https://shop62004.afacetoreframe.org/content?c=self%20checkout%20pos&id=19>
- <https://mai.hr/en/products/ncr-self-checkout-sco/ncr-selfserv-mini/>
- <https://www.gabtamagnini.it/negozi/prodotti/soluzioni-self-service/cassa-automatica-self-serv/ncr-fastlane-selfserv-checkout-r6l-plus/>
- <http://www.dsrs.it/component/spsimpleportfolio/item/55-featured-diebold-scan-easy-sco>
- https://www.dieboldnixdorf.com/-/media/diebold/ag-downloads/poslotterysystems/manuals/selfcheckout_paytower/beetle_iscan_easy_installation-manual.pdf
- <http://www.dsrs.it/component/spsimpleportfolio/item/55-featured-diebold-scan-easy-sco>
- <https://crystals.ru/infocenter/articles/diebold-nixdorf-euroshop-2017/>
- <https://www.scanpay.nu/>
- <https://www.stcr.com/innovation-retail>
- <https://distribuzionemoderna.info/spot-news/system-7-il-nuovo-self-checkout-di-toshiba-global-commerce-solutions>
- <https://commerce.toshiba.com/wps/portal/marketing/?urile=wcm:path:/en-us/home/hardware/self-checkout/system-7>
- https://marketplace.intel.com/s/offering/a5b3b0000004brFAQ/toshiba-self-service-retail-solution?language=en_US
- <https://tapbox.eu/kudos-to-rimi-grocery-store/>

- <https://www.strongpoint.com/it/soluzioni/checkout-e-pagamento/cassa-automatica/>
- <https://www.strongpoint.com/it/soluzioni/checkout-e-pagamento/cassa-automatica/>
- https://www.e-retail.ie/_files/ugd/9fd694_d0a1ab7430a748d192f610ac6b35c224.pdf
- <https://www.radiantglobal.com.my/resources/video-library.asp>
- <https://www.e-retail.ie/copy-of-unico-system>
- <https://rowa.de/it/prodotti/consulenza-vendita/bd-rowa-self-checkout/>
- <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/ncr-selfserv-xk22-kiosk/281840>
- <https://www.hics.histonetec.com/self-checkout-system-hs520m>
- <https://yourdubaiguide.com/carrefour-scan-and-go/>
- <https://www.alfacod.it/soluzioni/retail-sistemi-spesa-self>
- <https://www.gambabruno.it/blog-retail/self-checkout-e-casse-automatiche-cosa-sapere>
- <https://www.giusepperodolico.com/2018/09/27/il-self-scanning/>
- <https://www.gabtamagnini.it/negozi/prodotti/soluzioni-self-service/self-scanning/zebra-ps20-mobile-computer/>
- <https://www.am-lab.it/un-nuovo-modo-di-vivere-lattesa-in-farmacia/>
- <https://www.spaziovariabile.it/cosa/>



S A A D

Scuola di Ateneo
Architettura e Design "Eduardo Vittoria"
Università di Camerino