

COMUNICATO

Oggi 25 giugno, in occasione della prima seduta del rinnovato Consiglio di Amministrazione della nostra Società, i cui componenti sono stati nominati dall'Assemblea dei Soci tenutasi ieri, siamo di nuovo in presidio davanti all'Azienda per:

- **RAPPRESENTARE, AL MANAGEMENT E AI CONSIGLIERI APPENA INSEDIATI, CHE SIAMO ACCANTO A LORO E AI LAVORATORI TUTTI NEL PROGETTO DI RILANCIO DI CREDIFARMA**
- **RICORDARE CHE, COME PREVISTO DAL CCNL, SIAMO TUTTORA IN ATTESA DI ESSERE CONVOCATI PER CONOSCERNE UFFICIALMENTE I CONTENUTI, NONCHE' GLI IMPATTI SUL FUTURO DELL'AZIENDA E SULLA SALVAGUARDIA DI TUTTI I POSTI DI LAVORO**

Il Sindacato di Credifarma, in occasione di questo importante appuntamento, si fa parte diligente nel presentare al nuovo C.d.A. il documento, elaborato dai Lavoratori, con le idee e le possibili soluzioni per un crescente sviluppo della Società; documento già consegnato, tramite l'Ufficio del Personale, alla Direzione uscente.

LE OO.SS. E I LAVORATORI SI APPELLANO AL SENSO DI RESPONSABILITÀ DI TUTTE LE PARTI AFFINCHÉ SI ADOPERINO PER:

- **LA TUTELA DEL PATRIMONIO DI VALORI DI CREDIFARMA**
- **LA RICERCA DI NUOVE OCCASIONI DI BUSINESS**
- **LA CURA E IL SOSTEGNO DEI CLIENTI**
- **LA SALVAGUARDIA DEI LIVELLI OCCUPAZIONALI**

AUSPICANDO CHE, DOPO MESI DI ATTESA E DI ANNUNCI, IL PIANO DI RISANAMENTO E DI RILANCIO DELL'AZIENDA SIA FINALMENTE ILLUSTRATO ALLE OO.SS. PER IL DOVUTO CONFRONTO, COSÌ COME PREVISTO DAL CCNL, PER POTER ESSERE IMMEDIATAMENTE ATTUATO.

Roma, 25 giugno 2015

CREDIFARMA VERSO IL FUTURO

(NON SOLO FINANZIARIA MA ANCHE PARTNER DI SVILUPPO)

Premessa

Credifarma da tempo incontra varie criticità che hanno portato alla chiusura in negativo del bilancio

Si possono sintetizzare come di seguito:

- ✓ aumento delle farmacie in crisi ed insolventi, con conseguente maggior ricorso al concordato preventivo
- ✓ riduzione dei ritardi nei pagamenti da parte delle Asl e dell'importo medio delle DCR presentate dai farmacisti, con conseguente riduzione dei margini di interesse
- ✓ orientamento mono-cliente che non ha permesso l'ampliamento delle quote di mercato e un diverso frazionamento del rischio.

A fronte di tali criticità oggettive si è voluto investigare ed esplorare direttamente la tipologia di "affezione" dei Clienti rispetto a Credifarma, al fine di raccogliere spunti e suggerimenti per migliorare i servizi alla propria clientela. Per motivi di tempo si è scelta un'area geografica limitrofa ai dipendenti, ma si ritiene essenziale avviare un percorso di interazione sistematica e puntuale che copra mano a mano un campione significativo di clienti.

A seguito delle visite effettuate a gran parte della clientela di Roma (circa 350 farmacie) è emersa una buona percezione esterna della nostra Società, sicuramente migliore di quella interna.

Gran parte dei Farmacisti visitati sono soddisfatti, nel complesso, del servizio fornito dalla Società (circa 95%).

Le caratteristiche positive evidenziate, sono state :

- la cordialità e professionalità del personale Credifarma e la capacità di risoluzione delle varie problematiche operative incontrate dalla clientela
- il passato "storico" della Società, la quale è ancora percepita come la finanziaria di categoria
- la peculiarità dell'azione legale gratuita che in passato ha consentito il recupero degli interessi legali e di mora

Alcuni Clienti inoltre riconoscono che in passato la Società è stata fondamentale per far sì che il sistema farmacie del Lazio non collassasse nei momenti in cui i pagamenti delle Asl presentavano i maggiori ritardi.

Molti clienti hanno evidenziato come lo spread applicato sul finanziamento delle DCR sia elevato, altri ancora hanno presentato suggerimenti operativi per ottimizzare la comunicazione Società-Clienti. In molti di questi casi la visita dei dipendenti è stata sicuramente proficua nel far comprendere che un costo lievemente maggiore è ampiamente ripagato dalla qualità del servizio (molto più personalizzato rispetto a quello di una banca), dalla sicurezza del finanziamento fino a dieci mensilità di ritardo e dall'azione legale gratuita.

In generale il contatto diretto e fisico con il nostro personale nel corso delle visite è stato ampiamente apprezzato dalla clientela, l'idea di avere un referente diretto con cui interfacciarsi direttamente e per il cui tramite ottimizzare la risoluzione di problemi, è stata accolta molto positivamente.

Gran parte della clientela ha riferito di essere stata contattata dalla concorrenza (principalmente FarBanca e altre banche, quasi mai altre finanziarie) con risultati, a contatto concluso, di tipo diverso a seconda delle esigenze della clientela.

Il blocco dei finanziamenti a medio/lungo termine talvolta fa sì che i clienti sottoscrivano questa tipologia di prodotti con la concorrenza, che è in grado di presentare un'offerta commerciale più attraente.

L'operazione nel complesso è stata pertanto molto utile per comprendere la percezione della Società da parte della clientela e le pressioni commerciali esterne a cui la stessa è sottoposta, situazioni alle quali è necessario rispondere con iniziative come questa appena descritta o con altre simili.

Proposta dei Dipendenti (consapevoli di poter dare il loro contributo al Piano di rilancio aziendale)

Per superare le criticità evidenziate e a fronte dei feedback ricevuti nell'indagine, con la volontà di contribuire al piano di rilancio di Credifarma, il presente documento sintetizza le proposte di sviluppo derivanti da 6 mesi di lavoro della comunità aziendale nell'ambito di una iniziativa formativa, volta a far emergere idee di innovazione orientate al valore aggiunto per il Cliente oltre che per Credifarma e i Soci.

Il documento presenta due tipologie di proposte:

1-Processi di sviluppo

2-Processi di mantenimento e fidelizzazione dei Clienti

1- Processi di sviluppo

Anticipo e recupero crediti vantati dai laboratori di analisi verso il SSN

(svilupicabile anche per cliniche private, centri diagnostici, sanitarie – del tutto simile all’anticipo DCR e recupero crediti verso SSN già effettuato da Credifarma per i clienti Farmacisti)

Nell’ambito della valutazione delle potenzialità di sviluppo di Credifarma si è analizzato un possibile mercato di riferimento per l’anticipo crediti vantati verso il SSN a altri rispetto alle farmacie, quali: laboratori di analisi, cliniche private, centri diagnostici, sanitarie.

Il presente documento riporta una proposta articolata rispetto ai laboratori di analisi che si potrà estendere anche alle altre categorie.

La proposta dettaglia un momento esplorativo, rispetto all’idea di partenza e la soluzione tecnica che si potrebbe adottare, eventuali competitor, nonché il valore aggiunto per Credifarma e per i soci. (allegato-1.1 per il documento di dettaglio).

2- Processi di mantenimento e fidelizzazione dei Clienti

Estensione del PayTicket a livello nazionale

Le farmacie oggi stanno affrontando un forte processo di cambiamento che assegna loro una funzione centrale nello sviluppo e nell’offerta di nuovi servizi al cittadino.

Tra le diverse normative che riguardano la cosiddetta “farmacia dei servizi“ si pone risalto all’imminente attivazione del processo che vede nella farmacia un canale capace di erogare un servizio a tutto tondo, dalla prenotazione delle visite (CUP), al pagamento del ticket (PayTicket) fino alla consegna dei referti. Credifarma, nell’ottica di offrire nuovi servizi finanziari alla farmacia, si vuole proporre come unico attore finanziario che si interfacerà con le Asl di competenza per la gestione degli importi che deriveranno dal servizio di PayTicket in farmacia.

Il documento dettaglia l’esplorazione e analisi della fattibilità, la soluzione tecnica ed valore aggiunto per Credifarma (allegato-2.1 per il documento di dettaglio).

Partnership con fornitori di servizi di comunicazione

L’idea è quella di offrire ai clienti Credifarma attraverso la partnership con Seat PG il servizio di pubblicità e comunicazione on voice, web, carta ecc.

A tale risultato si è giunti in seguito a un'attenta analisi dei bisogni del cliente e a indagini condotte sui diversi servizi offerti ai Farmacisti da Federfarma e dagli altri soggetti, economici e non, della filiera del farmaco (allegato-2.2 per il documento di dettaglio).

Consulenza legale

Oggi Credifarma offre un servizio di assistenza legale di recupero crediti della farmacia verso il SSN, servizio che si vuole ampliare in termini di consulenza legale. In un'ottica mirata alla fidelizzazione della clientela abbiamo immaginato un'attività di Credifarma mirata a raccogliere anche quelle esigenze di assistenza legale del cliente che non sono necessariamente legate alla sua attività imprenditoriale (allegato-2.3 per il documento di dettaglio).

Supporto alla gestione del budget

Nell'ambito dei sistemi di controllo di gestione, il budget riveste un ruolo molto importante nella farmacia come riferimento generale sull'andamento dell'azienda e questo riguarda anche il suo processo di preparazione:

- obbliga a riflettere sulle attività di propria competenza, impostare programmi e monitorare le attività;
- invita ad un miglior confronto su iniziative talvolta contrastanti;
- fornisce, di conseguenza, dei criteri di valutazione delle performance.

Dalle indagini effettuate dai colleghi nel corso delle visite presso le farmacie di Roma è emersa la consapevolezza che i Farmacisti si affidano principalmente ai commercialisti e/o ai legali di riferimento.

L'azione che Credifarma potrebbe svolgere, avendo sotto controllo la loro esposizione debitoria e i dati di bilancio annuali, è quella di intervenire prima che la criticità sia manifesta, offrendo consulenze specifiche sulla gestione delle risorse economico-finanziarie e sul contenimento dei costi; per fare degli esempi concreti: sulla gestione delle risorse umane, del magazzino, dei flussi di cassa, degli indebitamenti e altro (seguirà dettaglio a completamento di esplorazione ancora in corso alla data).

Ampliamento mercato Credifarma ai laboratori di analisi

Premessa

Nell'ambito della valutazione delle potenzialità di sviluppo di Credifarma si è analizzato un possibile, ulteriore, mercato di riferimento per l'anticipo crediti vantati verso il SSN (oggi riservato alle sole farmacie), quale quello costituito da: **laboratori di analisi, cliniche private, centri diagnostici, sanitarie.**

Il presente documento riporta una proposta articolata rispetto ai laboratori di analisi che si potrà estendere anche alle altre categorie sopra citate.

La proposta dettaglia un momento esplorativo rispetto all'idea di partenza, la soluzione tecnica che si potrebbe adottare, nonché il valore aggiunto per Credifarma e per i Soci.

Parte esplorativa

Le ricerche che abbiamo condotto sul mercato dei laboratori di analisi hanno reso evidente come i laboratori, analogamente alle farmacie, sono creditori nei confronti del Servizio Sanitario Nazionale per la parte delle prestazioni effettuate che è a carico dello Stato. Presentano mensilmente alla Asl di appartenenza una fattura che, una volta verificata e controllata, diventa titolo di credito definitivo che dà diritto al rimborso di quanto anticipato per conto dello Stato.

Molti laboratori, per esigenze di liquidità, non aspettano il pagamento delle fatture da parte delle Asl (che avviene a 90-180 giorni) e si rivolgono alle Banche chiedendo lo smobilizzo delle somme. Tutto ciò, a maggior ragione, nelle realtà in cui le Asl pagano in ritardo rispetto alla scadenza contrattuale delle fatture.

Abbiamo analizzato due realtà in relazione alle quali abbiamo ottenuto informazioni di base sulle modalità di pagamento da parte delle Asl e sull'esistenza di ritardi.

Regione Lazio

- I laboratori utilizzano un programma on-line per caricare le prestazioni effettuate con presentazione delle ricette rosse
- Ottengono, dopo un controllo formale, la fattura che sarà pagata a 180 giorni

Nella sola Roma i dati della SIAS riferiti al mese di settembre 2013, parlano di oltre 400 strutture accreditate e più di 1,6 milioni di prestazioni effettuate nel mese.

Provincia Salerno

- I laboratori, entro il giorno 10 di ogni mese, consegnano le impegnative relative al mese trascorso ed ottengono un certificato con riepilogo (la fattura che sarà pagata dal distretto Asl di appartenenza)

- Le Asl pagano un acconto pari all'80% delle fatture a 45 giorni ed il saldo a 90 giorni (attualmente ci sono dei ritardi e l'acconto viene pagato a 90/120 giorni, mentre il saldo trimestralmente)

Soluzione Tecnica

Credifarma potrebbe intervenire in questa fase:

1. Può anticipare il credito vantato nei confronti del SSN, in maniera del tutto simile a quanto avviene attualmente per il finanziamento delle DCR ai Farmacisti
2. I laboratori di analisi hanno in genere anche la necessità di smobilizzare le fatture dei fornitori, spesso grandi multinazionali, ed anche in questo caso Credifarma potrebbe offrire finanziamenti specifici
3. I laboratori possono infine essere interessati, nelle realtà con ritardi nei pagamenti, ad intraprendere, tramite Credifarma, azioni collettive per il recupero degli interessi dallo Stato (agiscono al momento solo individualmente)

Il mercato dei laboratori di analisi, così come descritto, si presenta molto simile, per modalità di rapporto con il Servizio Sanitario Nazionale, a quello delle farmacie ed è sicuramente appetibile per Credifarma anche perché operatività e soluzioni tecniche sono sovrapponibili a quelle attuali.

Dalle esplorazioni condotte è emerso infatti che, anche da un punto di vista meramente organizzativo, laboratori e farmacie presentano similitudini: l'associazione di categoria maggiormente rappresentativa dei laboratori è Federlab, sindacato nazionale con più di 2.000 strutture associate, organizzata in associazioni territoriali regionali e provinciali.

Molte sono poi le associazioni più piccole, create allo scopo di coordinare e sviluppare le attività delle strutture aderenti. Attraverso tali associazioni, i laboratori accrescono la propria forza contrattuale nei confronti di fornitori e banche, ottenendo condizioni economiche vantaggiose.

In futuro i contatti esistenti tra farmacie e laboratori saranno sempre più stretti in vista della realizzazione della Farmacia dei Servizi.

L'apertura dei servizi ai laboratori di analisi potrebbe essere realizzata attraverso processi lavorativi, infrastruttura informatica e competenze già presenti in Credifarma.

Competitors

Dalle interviste condotte informalmente presso alcuni laboratori di analisi è emerso che al momento non esiste una finanziaria di categoria per ottenere l'anticipo delle fatture.

Valore aggiunto per Credifarma

Credifarma, aprendo la propria attività ai laboratori di analisi, potrebbe cogliere diverse opportunità:

- ✓ apertura a nuovi mercati nell'ambito di competenze e strumenti già presenti
- ✓ credito vantato nei confronti dello Stato, di breve periodo e autoliquidante
- ✓ maggiori volumi di fatturato in relazione alla singola prestazione
- ✓ dilazioni concordate dei pagamenti anche in assenza di ritardi da parte delle ASL (Es. Roma 180 gg. – Salerno 90 gg. - Fonte: contatti diretti con laboratori)
- ✓ vantaggio competitivo nell'essere la prima finanziaria della categoria dei laboratori
- ✓ possibilità di aumentare il fatturato tramite erogazione di prodotti aggiuntivi quali l'anticipo del pagamento delle fatture fornitori
- ✓ fidelizzazione dei Clienti tramite possibilità di accordi diretti con i fornitori per ottenere una scontistica migliore per coloro che effettuano i pagamenti tramite Credifarma
- ✓ fidelizzazione dei Clienti tramite la promozione di azioni legali collettive per il recupero di capitale ed interessi ove necessario.

Valore aggiunto per i Soci

Federfarma potrebbe trovare vantaggioso, per i suoi iscritti, arrivare ad un accordo / legame con *Federlab* ed i laboratori, visti gli stretti rapporti tra farmacie e laboratori.

Le due categorie non svolgono attività concorrenziali ma al contrario complementari ed insieme potrebbero offrire al Cliente un servizio migliore.

Le *Banche Socie*, attraverso l'azione di *Credifarma*, potrebbero meglio fronteggiare la concorrenza delle altre banche; i nuovi Clienti, non solo diverrebbero correntisti BNL e UNICREDIT, ma agli stessi potranno essere offerti finanziamenti a m/l termine ed altri servizi proprio dalle stesse Banche Socie.

Ampliamento processo PayTicket ed estensione ad altre regioni

Premessa

Le farmacie oggi stanno affrontando un forte processo di cambiamento che assegna loro una funzione centrale nello sviluppo e nell'offerta di nuovi servizi al cittadino.

Tra le diverse normative che riguardano la cosiddetta "Farmacia dei Servizi" si pone risalto all'imminente attivazione del processo che vede nella farmacia un canale capace di erogare un servizio a tutto tondo, dalla prenotazione delle visite (CUP) al pagamento del ticket (PayTicket) fino alla consegna dei referti. Credifarma, nell'ottica di offrire nuovi servizi finanziari alla farmacia, si vuole proporre come unico attore finanziario che si interfacerà con le Asl di competenza per la gestione degli importi che deriveranno dal servizio di PayTicket in farmacia.

Il documento dettaglia l'esplorazione e l'analisi di fattibilità, la soluzione tecnica ed il valore aggiunto, sia per Credifarma, sia per i Soci.

Parte esplorativa

Sono state fatte delle investigazioni nel settore, nonché delle interviste ad un campione rappresentativo di farmacie. Se ne sono dedotte le seguenti considerazioni.

Potenzialità del mercato

- ✓ Dal 1° luglio 2011 al 30 giugno 2012, nelle Regioni che hanno reso disponibili i dati (corrispondenti a 46,5 milioni di abitanti) per le prestazioni specialistiche, sono stati riscossi 1.719 milioni di euro di ticket. Ciò significa che per ogni abitante in media è stato riscosso un valore di 37 euro.¹
- ✓ le farmacie che hanno attivato il servizio CUP ricevono dalle 9 alle 20 prenotazioni giornaliere. Si presuppone, attivato il servizio di PayTicket, che il numero di ticket corrisponda al numero di prenotazioni effettuate, ritrovandosi a gestire mensilmente gli importi derivanti dal pagamento di almeno 200 ticket per farmacia.

I principali soggetti coinvolti nel processo per l'implementazione del servizio sono:

- ✓ REGIONE
- ✓ ASL
- ✓ FARMACIE
- ✓ FORNITORI DEL SISTEMA INFORMATICO
- ✓ CREDIFARMA

Clienti:

- ✓ Farmacie già nostre clienti
- ✓ Farmacie prospect

Competitors:

- ✓ Lottomatica

- ✓ Poste Italiane
- ✓ Istituti di credito
- ✓ Strutture sanitarie pubbliche fino a dismissione

Soluzione tecnica

La farmacia registra, attraverso un software dedicato, gli incassi che provengono dai ticket (visibili da Credifarma all'interno del gestionale in uso). Credifarma, per conto della farmacia, paga alla Regione, con cadenza stabilita, gli importi dovuti per ticket e, al momento dell'incasso DCR, tratterà gli importi per ticket anticipati.

Credifarma si trova nella fase di attivazione del servizio in Sardegna. Attualmente si stanno definendo gli accordi con i soggetti coinvolti e si sta verificando l'organizzazione necessaria all'erogazione del servizio. L'idea è quella di fare della Sardegna il progetto pilota, per poter poi proporre e implementare una procedura definitiva, da standardizzare anche in altre regioni d'Italia.

Valore aggiunto per Credifarma

- ✓ Rimarcare la sua specializzazione nel gestire per conto della farmacia tutti gli importi legati al SSN, collocandosi come unico referente finanziario che gestisce tutti i flussi di pagamento con le ASL di competenza
- ✓ Aumentare la base clienti, questo nuovo servizio può renderci più attrattivi
- ✓ Fidelizzare le farmacie clienti rispondendo alle loro nuove esigenze
- ✓ Mostrarsi come un partner strategico per le farmacie che potrebbero, grazie al nuovo servizio, rispondere tempestivamente all'attacco delle parafarmacie. Queste ultime hanno mostrato infatti un interesse ad attivare le convenzioni previste con gli enti e poter offrire anch'esse sia il servizio di CUP, sia l'erogazione del PayTicket.

Valore aggiunto per i soci

- ✓ Maggiore competitività
- ✓ Aumento delle transazioni e dei flussi (pagamenti tramite POS)

ⁱ I dati si riferiscono allo studio pubblicato dall'Agenas "Gli effetti della crisi economica e del super ticket sull'assistenza specialistica", www.agenas.it.

Seat PG partner ufficiale Credifarma :Insieme diamo credito e più valore all'immagine della tua farmacia

Premessa

Il servizio di pubblicità e comunicazione on voice , web, carta ecc è il servizio che attraverso la partnership con Seat PG si vuole offrire ai clienti Credifarma.

A tale risultato si è giunto dopo un'attenta analisi sui bisogni del cliente e indagini condotte sui diversi servizi offerti ai farmacisti da Federfarma e dagli altri soggetti economici e non della filiera del farmaco.

Esplorazione

Si è esplorato l'interesse dei clienti e il profilo di possibili competitor: è emerso che nessuno ad oggi offre tale servizio ai propri clienti.

Da colloquio con il referente Seat PG è emerso che l'investimento medio di un farmacista nei servizi di comunicazione di Seat PG è dai 500,00 euro ai 20.000,00 euro. La modalità di pagamento maggiormente utilizzata è il RID. Seat Pg non ha stipulato nessuna partnership con società di credito al consumo.

La pubblicità rappresenta un bisogno primario per tutte le attività economiche.

Oggi più che mai la farmacia ha bisogno di comunicare i propri servizi, farsi trovare e farsi preferire dai propri clienti.

Soluzione tecnica

La rete vendita Seat PG oltre ad occuparsi della vendita dei prodotti Seat Pg promuove il servizio credit collector e il servizio di finanziamento fattura Seat PG riservato ai clienti Credifarma

L'implementazione del servizio credit collector non richiede costi organizzativi ed ICT elevati. L'attuale sistema informativo XF è già strutturato per eseguire tale servizio.

Necessita pertanto replicare l'operatività anche per il fornitore Seat PG e standardizzare il processo anche per altri fornitori con cui si intende sviluppare delle partnership.

Il prodotto finanziamento fattura fornitore è già disponibile nel ventaglio dei prodotti Credifarma.

Credifarma non può riconoscere una commissione di servizio ai consulenti di vendita di Seat PG.

Affinchè la rete vendita sia motivata a promuovere i servizi Credifarma (credit collector e servizio finanziamento fattura) è opportuno che sia lo stesso partner Seat PG a riconoscere una commissione o una maggiore retribuzione all'agente di vendita.

E' da valutare se riconoscere una commissione di servizio al partner Seat PG per ogni cliente acquisito o finanziamento erogato la cui richiesta sia pervenuta dalla rete vendita Seat PG .

Valore aggiunto per Credifarma

La partnership con Seat PG verte sui seguenti punti:

- Regalare ai convenzionati Credifarma uno o più prodotti/servizi (89.24.24., 12.40, PG.it, PB.it, Tuttocittà, Google business view, Google Adwords ecc.) di comunicazione e pubblicità del partner Seat PG.
- Il partner Seat PG applica sconti ed offerte ad hoc per i clienti Credifarma che investono nei loro servizi.
- Credifarma offre il servizio di credit collector per Seat PG e la possibilità per il cliente di accedere al finanziamento per l'investimento nei servizio Seat PG

La partnership con Seat permette di

- Fidelizzare il cliente.
- Differenziarsi rispetto i competitors.
- Diffondere e rafforzare l'immagine Credifarma.
- Utilizzare la rete vendita del partner Seat PG (**1400 consulenti specializzati in comunicazione e marketing digitale con oltre 100 agenzie presenti su tutto il territorio nazionale**), per acquisire nuovi clienti e/o richieste di finanziamento fattura Seat PG.
- Minor oneri per i clienti che a fronte dell'investimento nei servizi pubblicitari non devono rilasciare garanzie e/o un congruo anticipo della fattura a Seat PG ma possono onorare le rate dell'investimento attraverso il servizio pagamento conto terzi e/o ricorrere al finanziamento
- Disporre del partner Seat PG come fornitore per campagne pubblicitarie e di marketing.

Valore aggiunto per i Soci

Per le banche socie opportunità di sviluppo nuovi clienti e/o nuovi prodotti finanziari (ex. Apertura c/c , finanziamenti m/l termine)

Per gli associati Federfarma in particolare per gli aderenti di Credifarma la possibilità di usufruire di servizi di comunicazione di pubblica utilità (il servizio 12.40 e PB.it)

Servizio di consulenza legale

Premessa

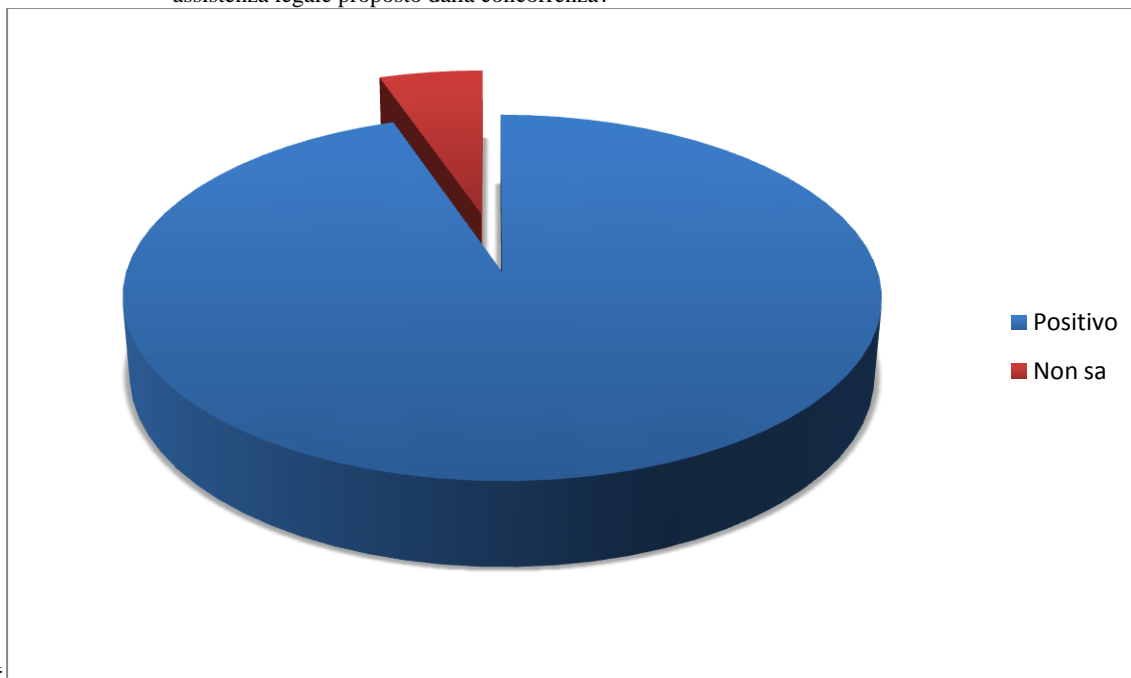
Oggi Credifarma offre un servizio di assistenza legale di recupero crediti della farmacia verso il SSN, che si vuole ampliare in termini di consulenza. In un'ottica mirata alla fidelizzazione della clientela abbiamo immaginato un'attività della Credifarma che consisterebbe nel raccogliere le esigenze di assistenza legale del cliente, non necessariamente legate alla sua attività imprenditoriale.

Esplorazione

Al fine di sondare l'interesse sull'ampliamento del servizio di assistenza legale abbiamo ascoltato un campione di 19 farmacisti scelti tra i nostri clienti più affezionati, più competenti in materia legale o più rappresentativi (tra cui 2 Presidenti di Associazioni Provinciali), di seguito il dettaglio sulle domande .

“

- 1) Dottore, negli ultimi anni ha avuto contatti con avvocati per questioni anche non legate al business della farmacia?
 - a. Se sì, di che genere (consulenza, cause,...) e in che ambito (separazioni, contrattualistica, ...)?;
 - b. Se sì, ha avuto difficoltà a trovare un avvocato che La seguisse? Si ritiene soddisfatto dell'attività del professionista e del trattamento economico che Le è stato riservato?
- 2) Apprezzerrebbe un servizio legale della Credifarma dedicato a queste esigenze di assistenza legale? Ritiene che dalla categoria dei Farmacisti possa essere apprezzato?;
- 3) Che Lei sappia, esiste qualche nostro competitor che offre un servizio di assistenza legale analogo a quello che sta considerando la Credifarma?
 - a. Se sì, a quali condizioni?
 - b. Se sì, Sa cosa pensano i suoi colleghi di detto servizio? Quali ritiene siano i pregi e i difetti del servizio di assistenza legale proposto dalla concorrenza?



I feedback sono stati molto positivi: soltanto 1 dei 19 intervistati non ha saputo rispondere.

Competitor

Allo stato attuale, pur in presenza di un mercato saturo relativamente all'offerta di finanziamento per le farmacie, nessuno dei competitor offre gratuitamente il servizio di recupero dei crediti farmaceutici scaduti a mezzo di azione legale (servizio che la Credifarma offre da sempre).

Soluzione tecnica

La consulenza legale ipotizzata consiste nell'assistenza ai clienti su problematiche giuridiche, anche di carattere personale, mediante una prima analisi effettuata dal nostro Ufficio Legale e nell'indicazione al cliente di una adeguata struttura legale con noi convenzionata alla quale potrà affidarsi.

Per organizzare efficacemente il Servizio occorre:

- A) una preliminare attenta individuazione di quelle che si presume possano essere le esigenze di carattere legale del cliente (non necessariamente legate alla professione di farmacista) in ciò eventualmente avvalendosi anche di un questionario da sottoporre ad un campione di farmacie. Detto questionario dovrebbe essere concepito solo dopo aver interloquito direttamente con un campione di clienti da individuarsi ("fedelissimi" - chi ha lasciato Credifarma per poi ritornare). Contestualmente saranno sentiti quei farmacisti che chiamano l'Ufficio Legale chiedendo aggiornamenti e/o consigli. Se ritenuto opportuno saranno fissati appuntamenti (anche con nostre eventuali visite alle farmacie).

Elenco indicativo delle materie oggetto del servizio:

- Diritto condominiale;
 - Contrattualistica;
 - Diritto di proprietà;
 - Consulenza in materia di aste immobiliari e fallimentari;
 - Diritto di famiglia e successioni;
 - Diritto amministrativo;
 - Diritto tributario;
 - Diritto penale;
 - Diritto del lavoro;
- B) Individuare le strutture legali (studi legali e/o associazioni professionali) specializzate su determinate materie. Successivamente sarà necessario contattarle e verificare la loro disponibilità a fornire una tempestiva e qualificata assistenza al cliente a tariffe concorrenziali ed eventualmente retrocedere alla Credifarma a titolo di provvigione una piccola percentuale delle spese legali (potranno essere prese in considerazione anche diverse contropartite per la Credifarma).
- C) Predisposizione di una convenzione da sottoporre alle strutture legali individuate che preveda un trattamento economico favorevole per i nostri clienti. A tal fine potrebbe essere

adattata , con le opportune modifiche del caso, l'ultima convenzione sottoscritta nel 2009 dagli Studi Legali convenzionati con la Credifarma per il contenzioso c.d. istituzionale. Le tempistiche per la predisposizione del testo sarebbero relativamente brevi e la società non sarebbe gravata da alcun costo.

Valore aggiunto per il Cliente

Il cliente avrebbe la possibilità di avvalersi dell'attività di indirizzo dell'Ufficio Legale della Credifarma e nella successiva assistenza da parte di professionisti affermati, specializzati in un particolare settore del diritto, a tariffe concorrenziali.

Valore aggiunto per Credifarma

Credifarma assumerebbe un ruolo ancora più importante come punto di riferimento della categoria dei farmacisti relativamente alle esigenze finanziarie della farmacia ed ora anche economiche e familiari.

Verrebbe riconosciuta una provvigione da parte degli studi legali per l'incarico ricevuto.

La realizzazione del servizio valorizzerebbe Credifarma rispetto alla concorrenza guadagnando competitività anche laddove il costo di finanziamento potrebbe sembrare (o effettivamente essere) meno favorevole.

Valore aggiunto per i Soci

I soci avrebbero dei benefici indotti dal maggior giro d'affari conseguente all'auspicabile maggiore fidelizzazione della clientela alla Credifarma. Il socio di maggioranza Federfarma offrirebbe, tramite la Credifarma, un ulteriore servizio ai propri associati con conseguenti benefici in termini di fidelizzazione.