



Roma, 27/04/2012

Ufficio: DIR
Protocollo: 201200003371/AG
Oggetto: Questionario “Indagine su farmacie e prodotti cosmetici”
Circolare n. 7945
SS
COS
IFO SI

AI PRESIDENTI DEGLI ORDINI
DEI FARMACISTI

e p.c.

AI COMPONENTI IL COMITATO
CENTRALE DELLA F.O.F.I.

LORO SEDI

<p>Questionario sulla vendita dei cosmetici in farmacia</p>
--

Nell’ambito del Beauty Report 2012, pubblicazione elaborata dalla società di ricerche e analisi industriali Ermeneia per approfondire i fenomeni dell’industria cosmetica, un intero capitolo sarà dedicato ai cosmetici venduti nel canale farmacia (cfr lettera di presentazione – cfr all. 1).

Per tale ragione l’Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche (Unipro), in collaborazione con la Federazione e Federfarma, ha elaborato il questionario “Indagine su farmacie e prodotti cosmetici” che si trasmette in allegato (cfr all. 2).

Il questionario, una volta compilato, potrà essere inviato via e-mail all’indirizzo emeneia@ermeneia.it oppure via fax al numero 0644260414.

Si invitano i Presidenti di Ordine a voler dare la massima diffusione all’iniziativa presso i propri iscritti.

Cordiali saluti.

IL SEGRETARIO
(Dr Maurizio Pace)

IL PRESIDENTE
(Dr Andrea Mandelli)

All. 2

Milano, aprile 2012

Oggetto: questionario “indagine su farmacie e prodotti cosmetici”

Gentili signori,

trasmettiamo in allegato il questionario in oggetto per la rilevazione che sarà inserita nel prossimo **Beauty Report 2012** presentato a Roma, al Parlamento, il prossimo 6 giugno.

Il Beauty Report è una pubblicazione giunta alla sua terza edizione, che Ermeneia, la società di ricerche e analisi industriali presieduta da Nadio Delai, elabora per approfondire i fenomeni dell'industria cosmetica e delle filiere che la compongono.

Quest'anno nel Report sarà dedicato un intero capitolo ai cosmetici venduti nel canale farmacia. Per questa ragione **Unipro**, l'Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche con **Fofi** e **Federfarma** propone ai farmacisti il questionario sulle farmacie. L'elaborazione, inviata in anteprima alle farmacie che rispondono all'indagine, costituirà un riferimento importante per l'analisi dei cosmetici nel canale senza trascurare bisogni e opportunità dei singoli punti vendita.

Le esigenze di elaborazione ci impongono di chiedere la più rapida compilazione. Il questionario con le Vostre risposte può essere reinviato via e-mail ad emeneia@ermeneia.it oppure via fax al n. 06 44260414.

Ringraziando per il contributo, informiamo che ogni delucidazione può essere richiesta a: marco.pirozzi@unipro.org o gianandrea.positano@unipro.org



Il Presidente FOFI
Andrea Mandelli



Il Presidente Unipro
Fabio Rossello



Il Presidente Federfarma
Annarosa Racca

Federchimica - Confindustria

20131 **Milano**, Via Accademia 33
tel. +39 02 281773.1 - fax +39 02 281773.90
www.unipro.org - unipro@unipro.org
Codice Fiscale 80052390152



Via Alessandro Torlonia, 15/A – 00161 Roma
Tel. (+39) 06 44292365
Telefax (+39) 06 44260414 – 06 44240030
e-mail: ermeneia@tin.it

UNIPRO
Beauty Report/2012
INDAGINE SU FARMACIE E PRODOTTI COSMETICI

- Questionario per la farmacia -

In collaborazione con Federfarma e FOFI

Il questionario compilato può essere inviato:

- via e-mail a: ermeneia@ermeneia.it

- oppure via fax al n.: 06 44260414

Roma, 10 aprile 2012

1. LA SITUAZIONE ATTUALE

1.1. Può dirci se la Sua Farmacia offre ai propri clienti anche prodotti cosmetici (una sola risposta)?

- | | |
|--|--------------------------|
| - No, non offre questa tipologia di prodotti | <input type="checkbox"/> |
| - Sì, ma solo marginalmente | <input type="checkbox"/> |
| - Sì, in maniera abbastanza consistente | <input type="checkbox"/> |
| - Sì, in maniera molto consistente | <input type="checkbox"/> |

1.2. La Sua Farmacia dispone attualmente di uno spazio dedicato e di personale addetto dedicato nei confronti dei clienti interessati ai prodotti cosmetici (mettere una X per ciascuna delle due colonne)?

	Spazio dedicato	Personale dedicato
- No, non dispone	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sì, dispone ma in maniera limitata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sì, dispone in maniera abbastanza significativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sì, dispone in maniera molto significativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.3. Può dirci qual è all'incirca la percentuale di fatturato attuale della Sua Farmacia derivante dalla vendita di prodotti cosmetici (una sola risposta)?

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| - 0% | <input type="checkbox"/> |
| - 1% | <input type="checkbox"/> |
| - 2% | <input type="checkbox"/> |
| - 3% | <input type="checkbox"/> |
| - 4% | <input type="checkbox"/> |
| - 5% | <input type="checkbox"/> |
| - 6% | <input type="checkbox"/> |
| - 7% | <input type="checkbox"/> |
| - 8% | <input type="checkbox"/> |
| - 9% | <input type="checkbox"/> |
| - 10% | <input type="checkbox"/> |
| - Oltre il 10% e fino al 15% | <input type="checkbox"/> |
| - Oltre il 15% | <input type="checkbox"/> |

1.4. Se ha risposto Sì (nel secondo, terzo o quarto item della domanda 1.1), può dirci se l'offerta di prodotti cosmetici nella Sua farmacia è cresciuta e/o crescerà o meno nel tempo (mettere una X per ciascuna colonna)?

	Negli ultimi anni	In prospettiva
- È rimasta/rimarrà più o meno uguale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- È cresciuta/crescerà appena un po'	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- È cresciuta/crescerà abbastanza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- È cresciuta/crescerà molto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Non saprei dare una risposta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.5. Può dirci se e quanto la Sua Farmacia ha risentito sinora della crisi economica in corso, in termini più generali e con riferimento in particolare ai prodotti cosmetici (mettere una X per ogni colonna)?

	La Farmacia nel suo complesso	I Prodotti cosmetici
- Sì ne ha risentito molto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sì ne ha risentito abbastanza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sì ne ha risentito, ma poco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- No non ne ha risentito per niente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- La mia Farmacia non offre prodotti cosmetici		<input type="checkbox"/>

1.6. Tenuto conto dell'andamento dell'anno 2011, Lei può affermare che nell'insieme la Sua Farmacia e per quanto riguarda in particolare i prodotti cosmetici (mettere una X per ogni colonna):

	La Farmacia nel suo complesso	La vendita di Prodotti cosmetici
- È andata molto bene tutto l'anno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- È andata abbastanza bene tutto l'anno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ci sono stati dei problemi nei primi mesi del 2011, ma poi è andata bene e/o abbastanza bene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- C'è stato qualche problema verso la fine dell'anno 2011, mentre i primi mesi è andata nel complesso bene e/o abbastanza bene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Non è andata bene né abbastanza bene per tutto il 2011	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.7. Può dirci in particolare come sono andate le vendite dei prodotti cosmetici, raggruppati nel modo che segue, sempre con riferimento al 2011 (mettere una X per ogni colonna)?

	Spesa per l'acquisto di prodotti destinati alla cura dei capelli	Spesa per prodotti destinati alla cura e all'igiene del corpo (*)	Spesa per prodotti relativi al trucco	Spesa sostenuta per l'acquisto di profumi
- È andata molto meglio nel 2011 rispetto al 2010	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- È andata un po' meglio nel 2011 rispetto al 2010	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- È andata più o meno come nel 2010 (nel senso di molto e/o abbastanza bene)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- È andata più o meno come nel 2010 (nel senso di vendite mediamente contenute e/o non particolarmente buone)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- È andata un po' peggio rispetto al 2010	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- È andata molto peggio rispetto al 2010	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(*) Comprensiva di spese per prodotti dedicati all'igiene orale e per prodotti destinati ai bambini.

1.8. E per quanto riguarda specificamente il 2012 Le sembra che ci siano segnali di miglioramento rispetto al 2011, sempre con riferimento all'andamento dell'insieme della Sua Farmacia, da un lato e alla vendita dei prodotti cosmetici, dall'altro (mettere una X per ogni colonna)?

	La Farmacia nel suo complesso	La vendita di Prodotti cosmetici
- Sembra stia andando molto meglio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sembra stia andando abbastanza meglio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sembra stia andando in maniera più o meno uguale al 2011 (nel senso di molto e/o abbastanza bene)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sembra stia andando in maniera più o meno uguale al 2011 (nel senso di vendite mediamente contenute e/o non particolarmente buone)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sembra stia andando un po' peggio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sembra stia andando molto peggio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. GLI ORIENTAMENTI IN TEMA DI PRODOTTI COSMETICI

2.1. *Può dirci la Sua opinione circa l'importanza che hanno e che potranno avere le Farmacie quale canale distributivo dei Prodotti cosmetici (mettere una X per ogni colonna)?*

	Importanza attuale	Importanza in futuro
- Le Farmacie sono/saranno un canale fondamentale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Le Farmacie sono/saranno un canale molto importante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Le Farmacie sono/saranno un canale abbastanza importante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Le Farmacie sono/saranno un canale tutto sommato poco importante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Le Farmacie sono/saranno un canale per nulla importante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.2. *Se ha risposto che le Farmacie costituiscono un canale fondamentale oppure molto importante oppure ancora abbastanza importante nella precedente domanda 2.1, può dirci adesso qual è il Suo livello di accordo rispetto alle affermazioni che seguono (mettere una X per ogni affermazione)?*

	Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Poco d'accordo	Per nulla d'accordo	Non saprei
- Acquistare prodotti cosmetici in Farmacia significa per i clienti poter trovare prodotti non facilmente disponibili in altri esercizi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Acquistare prodotti cosmetici in Farmacia dà complessivamente ai clienti più fiducia che non rivolgersi ad altri esercizi commerciali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Acquistare prodotti cosmetici in Farmacia significa per i clienti avere maggiore garanzia circa la qualità intrinseca di tali prodotti offerti ai clienti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Acquistare prodotti cosmetici in Farmacia significa per i clienti avere maggiori garanzie circa l'efficacia dei prodotti stessi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Acquistare prodotti cosmetici in Farmacia significa per i clienti poter mettere meglio in relazione l'uso di farmaci con l'uso di cosmetici (rendendoli tra loro compatibili o, ancora meglio, ben integrati)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Acquistare prodotti cosmetici in Farmacia significa per i clienti poter avere consigli maggiormente appropriati da parte di persone più preparate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Le Farmacie "aggiungono valore" ai prodotti cosmetici da loro offerti alla clientela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Le Farmacie costituiscono una componente rilevante che qualifica la filiera cosmetica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- L'aumento del numero di Farmacie, a seguito dei recenti provvedimenti, potrà spingere i titolari ad allargarsi maggiormente al di là del presidio dei farmaci, verso la cosmetica e i servizi collegati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.3. Se invece ha risposto nella precedente domanda 2.1 che le Farmacie costituiscono un canale poco o per nulla importante ai fini della distribuzione dei prodotti cosmetici, può dirci quali sono le ragioni di tale Sua affermazione (mettere una X per ciascuna affermazione)?

	Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Poco d'accordo	Per nulla d'accordo
- Le Farmacie devono limitarsi ad essere un luogo dedicato ai farmaci e alla cura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ci sono già tanti altri canali in cui i clienti possono acquistare prodotti cosmetici (supermercati/ipermercati, profumerie, erboristerie, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Non sempre le Farmacie hanno spazi sufficienti per dedicarsi anche ai prodotti cosmetici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Non sempre le Farmacie possono permettersi di avere personale specificamente dedicato ai prodotti cosmetici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- C'è ormai troppa concorrenza perché le Farmacie possano impegnarsi significativamente anche nel settore cosmetico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....				

2.4. Di fronte alla possibilità di impegnare ex-novo o di impegnare maggiormente la Sua Farmacia nel campo della cosmetica, qual è il Suo atteggiamento di fondo, considerato l'insieme delle risposte che ha sin qui fornito, rispetto alle domande 2.1, 2.2 e 2.3, ma anche a quelle precedenti (dare una sola risposta)?

- Mi sento sostanzialmente contrario	<input type="checkbox"/>
- Mi sento sostanzialmente un po' "resistente"	<input type="checkbox"/>
- Mi sento sostanzialmente "aperto e interessato"	<input type="checkbox"/>
- Mi sento già orientato e/o impegnato a sviluppare l'ambito cosmetico	<input type="checkbox"/>

2.5. Può dirci adesso cosa pensa delle seguenti affermazioni che riguardano la trasformazione dei clienti e dei relativi atteggiamenti (mettere una X per ogni affermazione)?

	Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Poco d'accordo	Per nulla d'accordo	Non saprei
- Oggi i clienti sono mediamente più istruiti e più informati rispetto a un tempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Oggi i clienti sono portati ad autoprescrivere i farmaci e, a maggior ragione, a scegliere i prodotti cosmetici di cui ritengono di aver bisogno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Oggi i clienti sono anche più esigenti ed hanno più attese anche nei confronti del farmacista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Oggi i clienti non vogliono solamente "curarsi", ma anche "star bene"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- I clienti finiscono per percepire "il prodotto di bellezza" come "prodotto di benessere" a tutti gli effetti, nel senso che fa star bene con se stessi e quindi fa star meglio anche con gli altri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Di fronte alla molteplicità di informazioni e all'ampiezza delle attese i clienti hanno tuttavia un maggior bisogno di orientamento e di <i>counselling</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- I clienti concepiscono il prodotto cosmetico non come una semplice aggiunta rispetto ad altri prodotti, bensì come una parte integrante dello stile di vita della persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....					

3. LA SCELTA DI STRATEGIE EFFICACI

3.1. Se ha risposto che si sente sostanzialmente aperto e interessato e/o già orientato e impegnato a sviluppare l'ambito cosmetico nella Sua Farmacia nella precedente domanda 2.4, quali sono secondo Lei le strade più opportune da seguire (mettere una X per ogni affermazione)?

	Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Poco d'accordo	Per nulla d'accordo	Non saprei
- Continuare ad allargare l'ambito di prodotti forniti ai propri clienti, in modo da dar loro risposte sempre più complete (farmaci, cosmetici, altri prodotti, servizi, ecc.), allo scopo di fidelizzare il cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Collegare prodotti diversi da offrire al cliente, mettendo in relazione ad esempio farmaci con prodotti cosmetici di qualità o anche con prodotti di igiene per il corpo o di cura dei capelli che siano in relazione allo stato di salute e/o di benessere perseguito dal cliente stesso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Puntare ad una sempre maggior soddisfazione del cliente, anche attraverso una cura particolare della funzione di <i>counselling</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Selezionare le aree di specializzazione su cui si intende impegnarsi nel campo della cosmetica, visto che non si può né avere né fare tutto (individuare il proprio <i>target</i> di cliente e di prodotti da offrire)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Selezionare attentamente i fornitori di prodotti cosmetici, in modo da meglio collegarli con la propria attività non solo di vendita ma anche di assistenza ai propri clienti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Incrementare i servizi offerti in farmacia nell'area della bellezza e della promozione del benessere (esempio: cabina estetica, analisi del capello e della cute, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Stipulare qualche alleanza di scopo con le aziende produttrici, sotto forma di specifiche partnership da sviluppare via via nel tempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.2. Quali sono le possibili collaborazioni con le aziende di prodotti cosmetici, che vedrebbe con particolare interesse (mettere una X per ogni affermazione)?

	Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Poco d'accordo	Per nulla d'accordo	Non saprei
- Promuovere la capacità commerciale, da un lato e il <i>counselling</i> , dall'altro da parte del farmacista, in funzione di una fornitura di prodotti cosmetici sempre più appropriata ai propri clienti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Promuovere la capacità di scegliere la specializzazione più opportuna per la propria Farmacia nel campo della cosmetica e la conseguente capacità di selezionare/qualificare i fornitori, nonché di predisporre <i>layout</i> e organizzazione del personale conseguente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Promuovere attività specifiche di formazione per gli addetti della Farmacia, che si occupano specificamente di prodotti cosmetici (anche attraverso l'uso di eventuali Fondi Interprofessionali)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Promuovere la capacità di fare una vera e propria impresa, la quale possa allargare via via le sue funzioni e i suoi campi di attività (con la conseguente preparazione strategica e gestionale)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Promuovere la creazione di eventuali "Reti di Scopo", in grado di gestire meglio sul territorio l'offerta di prodotti cosmetici, coinvolgendo diverse Farmacie con specializzazioni a loro diverse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.3. Lei riterrebbe utile poter disporre di specifiche attività di formazione per le persone dedicate ai prodotti cosmetici (più risposte possibili)?

- Sì, per una migliore conoscenza di tali prodotti
- Sì, per poter migliorare il layout all'interno della farmacia
- Sì, per poter fornire una migliore consulenza ai clienti
- Sì, per altro (Specificare)
- No, non lo ritengo utile

4. PROFILO DELLA FARMACIA E DEL TITOLARE

4.1. Anzianità della Farmacia:

– Anni |_|_|_|

4.2. Provincia di esercizio dell'attività:

– _____ (Sigla automobilistica) |_|_|

4.3. Ampiezza del comune in cui la Farmacia esercita la sua attività:

- | | |
|--|--------------------------|
| – Fino a 5.000 abitanti | <input type="checkbox"/> |
| – Oltre 5.000 e fino a 10.000 abitanti | <input type="checkbox"/> |
| – Oltre 10.000 e fino 50.000 abitanti | <input type="checkbox"/> |
| – Oltre 50.000 e fino a 100.000 abitanti | <input type="checkbox"/> |
| – Oltre 100.000 abitanti e fino a 500.000 abitanti | <input type="checkbox"/> |
| – Oltre 500.000 abitanti | <input type="checkbox"/> |

4.4. Può darci un'idea della superficie della Sua Farmacia:

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| – Una dimensione piccola | <input type="checkbox"/> |
| – Una dimensione medio/piccola | <input type="checkbox"/> |
| – Una dimensione media | <input type="checkbox"/> |
| – Una dimensione medio/grande | <input type="checkbox"/> |
| – Una dimensione grande | <input type="checkbox"/> |

4.5. Può darci adesso un'idea delle dimensioni del bilancio complessivo della Sua Farmacia:

- | | |
|---|--------------------------|
| – Un bilancio di piccole dimensioni | <input type="checkbox"/> |
| – Un bilancio di dimensioni medio/piccole | <input type="checkbox"/> |
| – Un bilancio di dimensioni medie | <input type="checkbox"/> |
| – Un bilancio di dimensioni medio/grandi | <input type="checkbox"/> |
| – Un bilancio di dimensioni grandi | <input type="checkbox"/> |

4.6. Può dirci ora il numero dei collaboratori presenti nella farmacia attualmente, oltre al titolare?

	A tempo pieno	A tempo parziale
– Farmacisti	_ _	_ _
– Personale laureato non farmacista	_ _	_ _
– Altro personale	_ _	_ _
Totale	_ _	_ _

4.7. Sesso del titolare:

- | | |
|-----------|--------------------------|
| – Maschio | <input type="checkbox"/> |
| – Femmina | <input type="checkbox"/> |

4.8. Età del titolare:

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| – Fino a 30 anni | <input type="checkbox"/> |
| – Da 31 a 40 anni | <input type="checkbox"/> |
| – Da 41 a 50 anni | <input type="checkbox"/> |
| – Da 51 a 60 anni | <input type="checkbox"/> |
| – Oltre 60 anni | <input type="checkbox"/> |

4.9. Anzianità di esercizio della professione da parte del titolare:

- Da meno di 5 anni
- Da 6 a 10 anni
- Da 11 a 15 anni
- Da 16 a 20 anni
- Oltre 20 anni

4.10. Caratteristiche del compilatore del presente questionario:

- Titolare della farmacia
- Farmacista non titolare
- Altro (specificare)
-

Data di compilazione: _____

Grazie per la collaborazione