

## **BENU Farmacia insegna ‘di talento’: risultati e obiettivi presentati in convention**

**È in straordinaria crescita e sviluppo l’insegna del Gruppo PHOENIX Pharma Italia, che vede sempre più nell’integrazione fra Wholesale e Retail la chiave del successo del modello d’impresa.**

- **PHOENIX Pharma Italia: + 180 milioni di euro di fatturato, per il Wholesale, +10% dell’utile, al lordo delle imposte, per il Retail, rispetto all’anno fiscale scorso.**
- **Accelerazione per il franchising BENU che raggiunge nel 2025 il doppio degli affiliati dell’anno precedente, mentre il network Valore Salute, con la sua formula di affiliazione strong ‘Platinum’ registra un incremento del 180% di farmacie indipendenti, partecipanti al network.**
- **BENU Farmacia ancora saldamente al primo posto, nelle preferenze dell’Industria (Reverse Audit di Trade Lab, 2024).**
- **Priorità per il 2025, l’espansione territoriale dell’insegna attraverso la crescita dell’affiliazione in franchising, significativi investimenti in refit nelle farmacie di proprietà ed aperture di nuovi “Hub Salute”, incremento della penetrazione della loyalty card Extra e Private Label. Continuo sviluppo e investimenti in digital ed omicanalità.**
- **Obiettivi: 1.000 farmacie affiliate con network ‘strong’ entro il 2026 e oltre 180 farmacie BENU Farmacia in franchising, entro il 2025.**
- **Centrale e positiva la ‘talent attraction’ con un incremento netto positivo di 40 nuovi farmacisti nelle farmacie di proprietà da Ottobre ‘24 a Febbraio ‘25.**

Riccione (RN), 1 marzo 2025 - **BENU Farmacia**: un’insegna ‘di talento’, protagonista del Retail, con risultati consolidati e prospettive in decisa crescita, nell’ambito di un Gruppo - PHOENIX Pharma Italia - dalle performance di evidente successo. Questo il messaggio portante della convention BENU Farmacia, andata in scena sabato 1 marzo al Palacongressi di Riccione. La piena integrazione fra Wholesale e Retail si conferma come il modello da seguire, oggi e per il futuro, in uno scenario in rapida evoluzione. L’evento - che ha visto il coinvolgimento di circa 500 farmacisti dell’insegna (di proprietà e in franchising), un’importante presenza da parte dell’industria e una folta delegazione del management PHOENIX Pharma Italia - è stato occasione per un punto condiviso sulle mete raggiunte e le sfide da traguardare, per l’insegna e per il Gruppo.

In apertura dei lavori l’andamento di PHOENIX Pharma Italia: **Joachim Sowada, Chief Executive Officer e Lorenzo Clerici, Group Customers & Channels Director, Gruppo PHOENIX Pharma Italia** hanno presentato le più recenti performance finanziarie, tutte a netto segno positivo, da parte del Gruppo pioniere nei servizi integrati per la Salute, nel nostro Paese.

**Queste le anticipazioni – presentate a Riccione – sui risultati generali dell’anno finanziario appena concluso: il Wholesale ha incrementato di oltre 180 Mln di euro il precedente anno fiscale. Il network di affiliazione Valore Salute ha segnato un incremento del 180% di punti vendita, con la formula ‘Platinum’. Il Franchising BENU è cresciuto di oltre il 200% dei punti vendita, ora capillarmente presenti a livello nazionale. Il Retail vede un incremento del 10% dell’utile netto, al lordo delle imposte.**

*“Si tratta di performance che ci vedono non solo soddisfatti, ma orgogliosi e sempre più motivati a proseguire in questa direzione. Questi risultati sono il frutto di strategie chiare, di livelli di servizio di eccellenza e di una grande squadra che ha saputo concretizzare ambiziosi traguardi, realizzandoli con vero talento, entusiasmo e passione. È emozionante per noi riassumere in poche ma significative ‘milestone’ il percorso di tutto il nostro Gruppo - della galassia PHOENIX - in Italia, a confronto con sfide non facili e un’evoluzione molto rapida del settore. L’integrazione unica delle nostre competenze e dei nostri servizi, nei due perimetri di business Wholesale e Retail, viene premiata dalle farmacie indipendenti nostre partner e dai clienti finali, con una reale capillarità nazionale, una solida crescita sostenibile e una rapida crescita nel mercato. - sono le parole di Joachim Sowada, Chief Executive Officer –*

*Oggi siamo qui con un focus importante su BENU Farmacia; il percorso di rebranding non è stato banale, rileviamo ora una crescente brand awareness, nei fatti, da tutti i nostri interlocutori. BENU rappresenta il 'miglior brand di catena' in Italia, anche per il 2024, sulla base del Reverse Audit di Trade Lab. È solo uno dei segnali del posizionamento di un brand che abbiamo fortemente voluto e nel quale abbiamo creduto e investito, in termini valoriali, di innovazione, sviluppo del concept e di posizionamento. Il nostro grazie a tutta la grande squadra PHOENIX Pharma Italia, al grande team di BENU Farmacia, per quanto realizzato e per quanto realizzeremo insieme. Abbiamo obiettivi ambiziosi, ma molto concreti".*

Il percorso e i risultati di PHOENIX Pharma Italia si consolidano in uno scenario quanto mai competitivo, in continuo cambiamento per aspetti delicati quali il regime regolatorio e di remunerazione, l'incremento dei costi, le difficoltà generali della catena di approvvigionamento wholesale, l'ingresso di nuovi attori non convenzionali, l'instabilità degli scenari internazionali. A fronte di tutto questo, gli insight di settore confermano la bontà del modello di affiliazione proposto: **le farmacie in network strong crescono, rappresentano l'8% delle farmacie indipendenti in Italia e raggiungono il +2.5% del margine commerciale**, rispetto alle farmacie non affiliate (Fonte IQVIA, 2024). Così come il format del Franchising BENU viene sempre più apprezzato ed è in progressiva espansione sul territorio nazionale. **L'80% degli aderenti al franchising BENU intervistati dichiara che la marginalità è garantita dal supporto e dagli interventi del network, mentre sale al 95% la percentuale che dichiara di aver fiducia nel futuro**, grazie ad una elevatissima aspettativa nel network. Oltre il 30% degli intervistati è interessato allo sviluppo di servizi in farmacia (Osservatorio Imprenditoria Retail, Largo Consumo 2024).

Fra i progetti strategici del Gruppo PHOENIX Pharma Italia presentati all'evento di Riccione anche lo **sviluppo della Private Label**. Per il 2025 è in programma una decisa pipeline di lanci di nuove referenze, che andranno ad arricchire il già importante assortimento e un piano marketing espressamente dedicato, a supporto della brand awareness dei prodotti a marchio. La Private Label registra un +13% di sell out, nell'ultimo trimestre.

*"Siamo fortemente convinti dell'unicità del nostro modello, della capacità di modulazione e della personalizzazione della nostra proposta per i farmacisti indipendenti. Non sono solo i risultati - per quanto certamente imprescindibili - a darci ragione. Vediamo, giorno per giorno, crescere e consolidarsi la reputation di BENU Farmacia, la fiducia e l'entusiasmo dei farmacisti che aderiscono al franchising e la loro loyalty nel tempo, il riconoscimento dell'industria, il confermarsi e l'evolversi di un sistema valoriale e di servizi a fianco della popolazione, nella creazione di sempre nuove storie di prevenzione e di benessere. Al centro di questo percorso è **l'ascolto costante, vero e partecipato dei nostri farmacisti, delle farmacie di proprietà, in affiliazione e in franchising**. Le loro esigenze, i loro stimoli, la loro energia sono la linfa vitale di BENU Farmacia. **commenta Lorenzo Clerici, che aggiunge** - siamo impegnati nell'evoluzione continua dei processi logistici e di customer service, nel costante incremento dell'organico - nonostante un periodo quanto mai sfidante in questo ambito - e in iniziative di miglioramento continuo, come il Progetto Kaizen, che abbiamo implementato in 6 farmacie pilota. La nostra innovazione è più che mai dedicata a valorizzare il tempo, il talento e le risorse del farmacista, perché possa sempre più focalizzarsi sul cliente paziente e sulle sue necessità, confermando la centralità del ruolo della farmacia nell'ecosistema sanitario. Crediamo così tanto nel Retail da avere creato **due divisioni altamente specializzate, come annunciato nelle scorse settimane: Retail sales Innovation e Retail sales Operation**, guidate rispettivamente da Sara Tassinati e Maria Antonietta Iacovaccio.*

I prossimi obiettivi continuano a essere sfidanti, ma la squadra ha già dimostrato di sapere raggiungere mete importanti. Si punta a **1.000 farmacie affiliate per il network 'strong' entro il 2026, all'evoluzione del format HUB Salute**, a incrementare ulteriormente l'espansione e le performance di BENU Farmacia, per **raggiungere 185 farmacie in franchising**, entro quest'anno.

Molte e importanti le leve e le frecce nell'arco per BENU Farmacia, per rispondere alle sfide e agli obiettivi del 2025 e oltre, fra **l'evoluzione innovativa del concept**, un **Piano di Marketing** sempre più strutturato, il rafforzamento incisivo della **Private Label** e un impegno ulteriormente rilanciato, su sviluppo del **Digital e dell'Omnicanalità**: forti dell'ottimo risultato conseguito - ancora una volta - sul fronte del **Reverse Audit Index, a cura di Trade Lab, nel 2024**, che ha visto BENU confermarsi saldamente al primo posto.

*"Tutti i risultati ottenuti e sono solo una conseguenza del lavoro fatto da tutti i nostri farmacisti, dai nostri affiliati e da tutti i nostri team che tutti i giorni lavorano per raggiungere quello che è il nostro obiettivo primario, **la soddisfazione del cliente**. Non posso che mandare un sentito **ringraziamento anche a tutta l'industria**, nostra*

*partner di elezione, da sempre e oggi più che mai: il rinnovato riconoscimento e la rinnovata fiducia, emerse anche dal recente sondaggio di Trabe Lab, ci onorano e ci motivano ad andare sempre oltre, nelle aspettative e nei risultati. Insieme, stiamo vivendo e vivremo anche **nuovi percorsi come quello entusiasmante del Digital e dell'E-commerce BENU Farmacia**. La recente chiusura dell'anno fiscale ha visto **il raddoppio del fatturato del Digital verso l'anno precedente**. Ma abbiamo un piano di crescita ancora più ambizioso: il nostro obiettivo è di posizionarci come leader di mercato così come lo siamo già nel Retail e nel Wholesale. **Siamo stati pionieri nell'omnicanalità e intendiamo continuare a esserlo. Le principali attività digital di quest'anno punteranno sulla 'centralità della farmacia'**. La nostra forza è il dialogo e il sostegno reciproci, fra farmacia e digital, per questo abbiamo incrementato e incrementeremo gli investimenti in visibilità, soprattutto sui social. Previste **nuove iniziative che coinvolgeranno sempre più direttamente i farmacisti, quali il Click&Collect**, per portare i clienti che cercano soluzioni e prodotti sull'online nelle nostre farmacie; **l'ulteriore rafforzamento della partnership con GLOVO - che già registra un solido +24% di crescita di ordini mese su mese** - con la maggior spinta sul 'Qcommerce'; la possibilità di acquisto a distanza, con consegna rapida dalle nostre farmacie, e di prenotare - grazie ad un'agenda elettronica - sempre più evoluti servizi di salute, prevenzione e benessere. - è il commento di Vincenzo Masci, Group Commercial & Marketing Director, PHOENIX Pharma Italia. Entro giugno 2025 rilasceremo la nuova App e potremo contare anche sulla nuova sezione del sito [benufarma.it](http://benufarma.it) dedicata ai servizi di farmacia. Per valorizzare e condividere appieno un impegno così importante, facciamo conto sul Piano Marketing dedicato; abbiamo deciso di lanciare una **campagna omnicanal** che vede proprio in questi giorni il nostro brand sui principali media, TV e Radio e su tutto il DOOH (Digital out of home) nelle principali città dove siamo attivi e 'in viaggio' su tram 'full wrap' a Milano. Ringraziamo i nostri farmacisti, che hanno accettato con entusiasmo di 'metterci la faccia'. Stiamo, fra l'altro terminando di mettere a punto il concorso dedicato ai possessori di carta EXTRA e attività di Street Marketing, con gli obiettivi di incrementare i titolari della nostra carta Extra, rafforzare consensi 'marketing e profilazione', sviluppare e consolidare la brand awareness BENU. Siamo consapevoli che fiducia e creazione di valore sono gli assi portanti del nostro percorso 'con e in' BENU Farmacia e che i farmacisti ne sono al centro, primi protagonisti del nostro impegno. Continueremo su questa strada".*

**Il talento di un'organizzazione si misura anche dalla capacità di attrarre talenti e di farli crescere:** questo uno dei principali key message dell'evento di Riccione. Capacità che BENU dimostra con **nuove politiche di attrazione e di selezione, le campagne 'Welcome back' e 'Together we grow' e soprattutto con un incremento netto di 40 nuovi farmacisti BENU, di nuovo ingresso, fra ottobre e febbraio.**

*'L'innovazione e il traguardare obiettivi ambiziosi sono da sempre elementi distintivi dell'insegna. Lo saranno anche per il 2025 e per gli anni a venire. Per il 2025 abbiamo un piano di investimento in refit ambizioso che porterà nelle nostre Farmacie un concept BENU innovativo. Daremo spazio alla tecnologia e a nuovi servizi nei nostri spazi dedicati Hub Salute, con l'obiettivo di migliorare da una parte la Customer experience dei nostri Clienti e dall'altra aumentare l'expertise dei nostri Farmacisti e facilitando tutte le attività quotidiane. Perché ognuno dei nostri Farmacisti possa affermarsi e riconoscersi come esempio di eccellenza abbiamo lanciato due progetti in fase di sperimentazione e sviluppo come il Progetto Kaizen ed il BENU Lab, nel cui ambito, innovazione e collaborazione possano rivelarsi driver di miglioramento continuo.'* sono le parole di Sara Tassinati, Retail Sales Innovation Director e Maria Antonietta Iacovaccio Retail Sales Operation Director

**A chiusura dell'evento di Riccione, un nuovo focus sul Franchising BENU Farmacia.** "Puntiamo a rafforzare ulteriormente il nostro modello e la nostra proposta ai farmacisti indipendenti, investendo sulla comunicazione, sulla formazione, su servizi innovativi e distintivi per le farmacie associate e sullo sviluppo dei marchi esclusivi, per rafforzarne identità e riconoscibilità. - Illustra **Enrico De Stefani, Network Sales Director**- È un format che sta riscuotendo adesione ed entusiasmo, oltre ogni nostra aspettativa. Circa 60 nuove farmacie in franchising BENU in un anno (Feb 2024-Gen 2025) rappresentano uno splendido risultato e una motivazione ad andare sempre oltre".

**BENU Farmacia**, insegna retail di PHOENIX Pharma Italia, si contraddistingue da sempre per la vicinanza alla popolazione e per l'attenzione ai suoi bisogni di salute e benessere. Con gli oltre 320 punti di riferimento aperti sul territorio, i servizi a domicilio, i farmacisti e i dipendenti a servizio di un'articolata struttura aziendale, l'insegna prosegue e conferma il suo impegno per la salute e la prevenzione, implementando costantemente nuove iniziative.