

COMUNICATO STAMPA

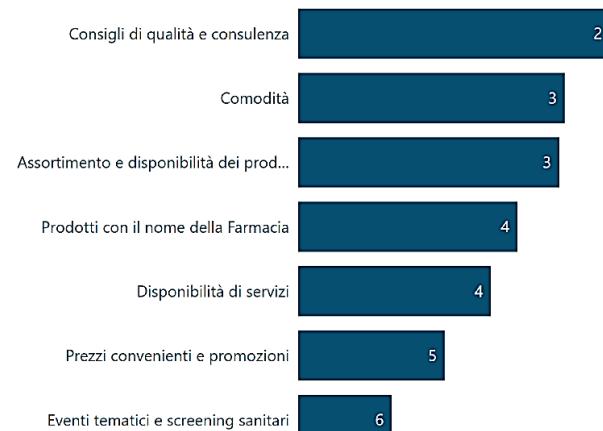
Risultati della ricerca Jakala per Unifarco: farmacia percepita sempre più come hub di prevenzione, screening richiesti dal 50% dei consumatori, seguono servizi infermieristici (33%), consulenze dermocosmetiche (29%), consigli nutrizionali (27%) e telemedicina (24%).

Net Promoter Score di Farmacie Specializzate a 74, valore che riflette un elevato livello di soddisfazione e fedeltà dei clienti.

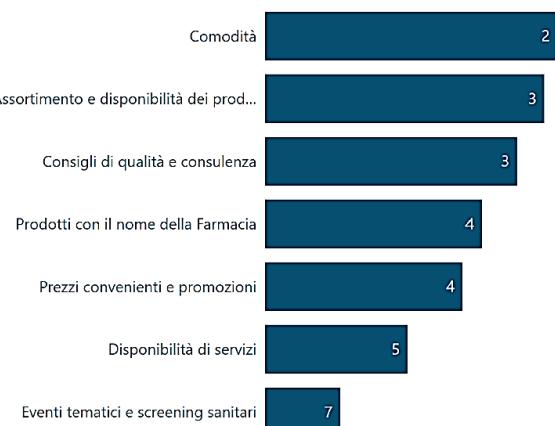
Belluno, 19 gennaio 2026 – La **comodità, la qualità dei consigli e l'ampiezza dell'assortimento** emergono come principali driver di valore del network delle Farmacie Specializzate, non solo per i titolari ma soprattutto per i clienti, che mostrano un elevato grado di fidelizzazione, favorito in particolare dall'apprezzamento per il livello di consulenza offerto.

È quanto emerge da una nuova ricerca commissionata a **Jakala**, azienda internazionale specializzata in dati e intelligenza artificiale, dalla rete Farmacie Specializzate di Unifarco che conta **oltre 700 farmacie aderenti in Italia**. L'indagine ha coinvolto **5.800 possessori di tessere fedeltà** della rete e **650 farmacisti**, tra **titolari e collaboratori**, ai quali sono state sottoposte domande analoghe con l'obiettivo di analizzare le differenze di percezione sulle priorità che orientano la scelta della farmacia, nonché di individuare strategie e strumenti da sviluppare per rispondere alle esigenze future e mantenere la farmacia competitiva e attrattiva.

Quali sono le principali motivazioni, in ordine di importanza, per le quali ritieni che una persona scelga la tua Farmacia? (CHI LAVORA CON NOI)



Puoi mettere in ordine di importanza le principali motivazioni per le quali scegli una Farmacia? (CHI CI SCEGLIE)



I clienti premiano qualità del consiglio e assortimento

Dal punto di vista della customer experience, le Farmacie Specializzate raggiungono risultati particolarmente significativi. Il **Net Promoter Score** si attesta infatti a **74**, un valore che riflette un elevato livello di soddisfazione e fedeltà.

Questo dato è ulteriormente confermato dalla media di voto pari a **9,2 su 10**, espressa dai clienti che dichiarano non solo di apprezzare i servizi ricevuti, ma anche di essere pienamente disponibili a consigliare la propria farmacia ad amici e parenti.

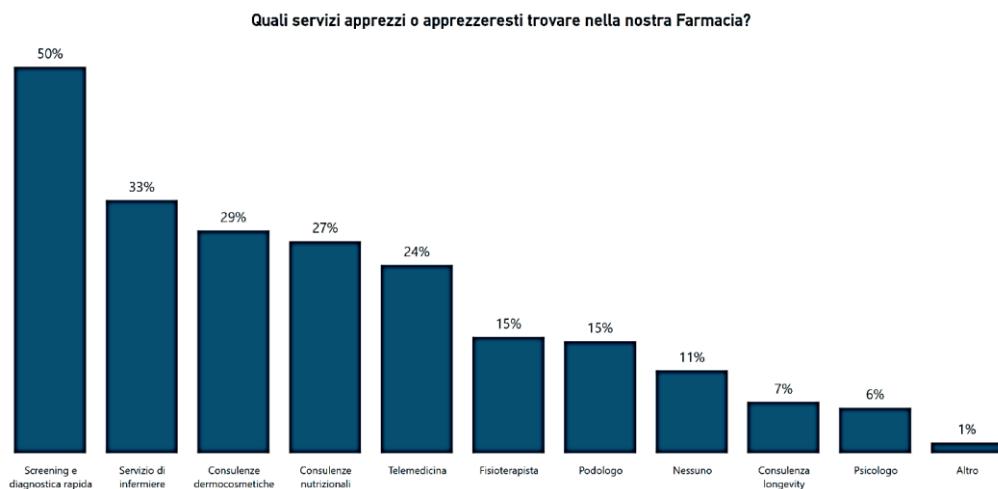
Si tratta di un indicatore chiave che evidenzia quanto l'esperienza offerta sia percepita come affidabile, positiva e capace di generare un passaparola autentico.

Tra i motivi principali per cui i clienti scelgono la rete si confermano **comodità, vasto assortimento, disponibilità dei prodotti e consigli di alta qualità**.

Screening e servizi clinici: la nuova priorità per i clienti

Dalla ricerca emerge che **il 50%** degli intervistati indica screening e diagnostica rapida come servizi più apprezzati o desiderati.

Seguono **servizi infermieristici (33%)**, **consulenze specialistiche (29% dermocosmetiche, 27% nutrizionali)** e **telemedicina (24%)**.



Questo porta a una conferma di un trend chiave: la farmacia è percepita sempre più come punto di accesso alla **sanità di prossimità**, in cui l'offerta di servizi strutturati diventa un driver competitivo.

La rete delle Farmacie Specializzate dimostra quindi di saper comprendere e soddisfare i bisogni dei propri clienti grazie a un'offerta ampia e strutturata di servizi, che vanno dalle analisi della pelle alla valutazione della composizione corporea fino ai test genetici. A questi ambiti la rete dedica anche **giornate specifiche di prevenzione**, pensate per supportare in modo ancora più mirato la salute dei cittadini.

Conferma il suo ruolo strategico anche la tessera fedeltà che rappresenta per la rete un vero e proprio asset di intelligence, utile sia per la raccolta dei dati sia per la personalizzazione delle offerte.

Comunicazioni sempre più digitali

Dal punto di vista della comunicazione la ricerca mette in luce che i clienti prediligono le **e-mail (66%)** e **WhatsApp (47%)**, mentre **l'app della farmacia** è utilizzata solo dal **10% delle persone**.



Formulazione dermocosmetica proprietaria: un elemento distintivo

La ricerca mostra inoltre che il **60% dei farmacisti** della rete ritiene la Formula magistrale di Farmacie Specializzate - linea di integrazione alimentare proprietaria sviluppata esclusivamente per la rete - "molto utile" per qualificare il proprio consiglio professionale e per distinguere la farmacia dai concorrenti.

Questo risultato conferma che la linea di integrazione alimentare proprietaria rappresenta un **vero e proprio elemento identitario e distintivo per la rete**, capace di rafforzarne la riconoscibilità e il posizionamento sul mercato.

«La ricerca commissionata a Jakala ci conferma che la farmacia è un presidio sempre più centrale per la sanità del territorio e che i clienti apprezzano la qualità del consiglio



e dei servizi offerti" commenta **Luigi Corvi, Presidente di Unifarco e Amministratore di Farmacie Specializzate**. "Allo stesso tempo emerge chiaramente il valore della rete Farmacie Specializzate nel sostenere la crescita professionale e la riconoscibilità dei nostri farmacisti»

About UNIFARCO

We Care for Care: questa è la promessa, l'impegno e il cuore di Unifarco. Fondata nel 1982, l'azienda è leader in Italia nella ricerca, sviluppo, produzione e distribuzione alle farmacie di prodotti cosmetici, nutraceutici, dermatologici, dispositivi medici, make-up e alimenti funzionali. Gruppo internazionale con sede a Santa Giustina (BL). Unifarco opera nel mercato italiano e nel mercato europeo con filiali in Germania, Spagna e Francia e reti di vendita in Austria, Belgio e Svizzera. Con oltre 800 collaboratori, nel 2024 il Gruppo Unifarco ha registrato un fatturato di 182,9 milioni di euro e si caratterizza per un modello di business unico, basato su un progetto di integrazione della filiera. Attraverso i brand Farmacisti Preparatori, Ceramol, Biomalife, Dolomia, MyCli, Keylife e GenAge fornisce prodotti e servizi ad oltre 6.500 farmacie in tutta Europa.

About Farmacie Specializzate

Il network Farmacie Specializzate è costituito da un gruppo di farmacisti che operano in prima linea nel consiglio, nella selezione e nella proposta di prodotti e servizi distintivi dedicati alla cura della persona nell'ambito della prevenzione, dello screening e della promozione dei corretti stili di vita. Nata nel 2013, la Rete raggruppa oltre 700 esercizi clienti di Unifarco, di cui trattano in modo completo le referenze, distribuiti sull'intero territorio nazionale. Più specificamente, si tratta di farmacie che, per rispondere in modo completo alle esigenze di salute e wellness di tutti, oltre le competenze di base si sono volute dotare di specializzazioni in quattro importanti aree – Detox, Aging, Cardio, Dermo – predisponendo per ognuna di esse un percorso mirato di miglioramento e mantenimento del benessere, finalizzato a rispondere alle principali motivazioni di accesso quotidiano in farmacia: patologie cardiovascolari, problematiche legate alla barriera intestinale e a quella cutanea, prevenzione e cura dell'invecchiamento. E lo fanno mettendo in campo passione, competenza, formazione, impegno, ricerca e risorse.

About Unifarco

We Care for Care: questa è la promessa, l'impegno e il cuore di Unifarco. Fondata nel 1982, l'azienda è leader in Italia nella ricerca, sviluppo, produzione e distribuzione alle farmacie di prodotti cosmetici, nutraceutici, dermatologici, dispositivi medici, make-up e alimenti funzionali. Gruppo internazionale con sede a Santa Giustina (BL). Unifarco opera nel mercato italiano e nel mercato europeo con filiali in Germania, Spagna e Francia e reti di vendita in Austria, Belgio e Svizzera. Con oltre 800 collaboratori, nel 2024 il Gruppo Unifarco ha registrato un fatturato di 182,9 milioni di euro e si caratterizza per un modello di business unico, basato su un progetto di integrazione della filiera. Attraverso i brand Farmacisti Preparatori, Ceramol, Biomalife, Dolomia, MyCli, Keylife e GenAge fornisce prodotti e servizi ad oltre 6.500 farmacie in tutta Europa.

Contatti:

Barabino & Partners

Federico Steiner
f.steiner@barabino.it
+39 335 424 278
Carloota Bernardi
c.bernardi@barabino.it
+39 333 947 781