

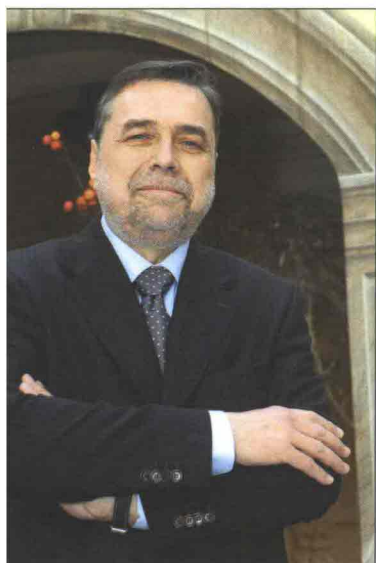
fiere

Silvana Sassi

Bellezza in Farmacia

## A Bologna, **Cosmofarma** 2014 è ... la farmacia per tutti

Aggiornamento, informazione, promozione, networking, nella manifestazione più importante in Europa



Dino Tavazzi  
Consigliere Delegato Sogecos Spa

**D**al 9 all'11 maggio **Cosmofarma** ha scelto ancora la città di Bologna per puntare i riflettori su una Farmacia alla ricerca di stimoli nuovi e idee, necessarie per affrontare quei cambiamenti che consentano al canale di rivendicare sempre più la sua centralità nel percorso di salute e benessere del cittadino/consumatore.

Il nuovo claim dell'edizione 2014 "Una farmacia per tutte le età, una farmacia per tutti" enfatizza quello che sarà uno dei fulcri tematici della manifestazione di quest'anno, la terza età, stabilendo una continuità con il percorso già iniziato l'anno scorso di focalizzazione della fiera, di anno in anno, su alcuni settori trainanti nel mercato della Farmacia.

È Dino Tavazzi, Consigliere Delegato Sogecos Spa, a spiegarci nel dettaglio i contenuti e le novità di **Cosmofarma** 2014.

Inevitabile partire con una domanda sulle ragioni che vi hanno portato a replicare la scelta di Bologna come sede della 18ª edizione di **Cosmofarma**. I farmacisti del Centro-Sud non saranno felici di questa rottura con la consueta alternanza con la capitale ...

Al contrario. Abbiamo fatto due sondaggi approfonditi su tutti i farmacisti italiani, con un focus particolare su quelli del centro-sud. Abbiamo poi interrogato gli Espositori: è emersa una netta propensione per Bologna.

Bologna permette di pensare **Cosmofarma** come una manifestazione di respiro europeo, tra l'altro sono sempre più numerose le aziende straniere interessate a visitarla.

"Terza età", "Oral Care", "Integrazione alimentare" e "La Farmacia per la Coppia", saranno i focus di questa edizione: quattro aree in linea con i trend di mercato della Farmacia e con un concetto di salute che passa dalla prevenzione e da una costante ricerca di benessere. Vuole dirci qualcosa in più in proposito e spiegarci in che modo questi quattro settori verranno posti sotto i riflettori nello spazio espositivo?

Abbiamo definito un tema per la prossima edizione: "Una farmacia per tutte le età, una



Conferenza stampa

farmacia per tutti", una sorta di ideale proseguimento dei focus tematici dell'anno scorso, che partivano dal "Baby Care". Quest'anno vogliamo approfondire i servizi per la terza età, ma vogliamo anche richiamare l'età dei farmacisti e quella delle aziende, con particolare attenzione alle "neonate", alle start up.

I temi riguardano il mantenimento della salute psicofisica degli anziani, la dieta equilibrata, il ruolo degli integratori, la salute della coppia, fino all'"oral care", la salute della bocca.

Per il resto, **Cosmofarma** conferma la sua tradizionale suddivisione merceologica nei 4 grandi macro settori: Farmaceutico/Parafarmaceutico/Sanitario, Dermocosmetico, Naturale/Alimentare/Dietetico e Servizi per la Farmacia? Sì, queste sono le macro-aree che anche nella prossima edizione saranno rappresentate. **Cosmofarma** continua ad essere il luogo migliore dove esporre prodotti innovativi, per farsi conoscere nel mondo ed è un'efficace occasione per fare business,



oltre ad essere occasione di incontro tra istituzioni, professionisti e industria.

Quali altri novità di rilievo caratterizzeranno questa 18ª edizione della Fiera: novità che convincano i farmacisti che, nell'epoca di internet, sia importante essere presenti di persona alla manifestazione?

Bisogna esserci per queste poche, semplici ragioni: è un'occasione unica di aggiornamento e di informazione. Informa sui cambiamenti, anche tecnico-giuridici del settore, attraverso workshop, convegni, conferenze, che anche quest'anno saranno numerosi e di elevato interesse per i Farmacisti. Propone le novità del comparto farmaceutico in anticipo sulle proposte del mercato, utilizza strumenti media efficaci, che consentono alle aziende espositrici di accrescere la loro visibilità. Incoraggia il networking tra addetti ai lavori internazionali, contatti che poi possono anche continuare online, ma che hanno bisogno di nascere da incontri reali, all'interno della fiera più importante in Europa.

I momenti di confronto e di aggiornamento per i farmacisti all'interno dei Convegni e dei Corsi ECM negli ultimi anni sono stati il punto forte della manifestazione. Quali saranno le novità in questo ambito e i grandi temi sui quali i farmacisti si possono aspettare delle risposte da specialisti del settore Scientifico, esperti di marketing, analisti di mercato?

Per il secondo anno *Cosmofarma* avrà un ruolo attivo nella gestione della parte congressuale della manifestazione, definendo gli argomenti dei convegni che si affiancheranno a quelli proposti direttamente dalle aziende. Intendiamo lavorare su tre filoni principali che sono: Scientifico, Manageriale e Istituzionale. Oltre naturalmente ad approfondire i temi che sono oggetto dei nostri focus.

Nel 2013 *Cosmofarma* ha spinto l'acceleratore sull'internazionalizzazione, rafforzando il suo impegno nel sostenere una presenza non solo italiana alla manifestazione: ha ospitato Buyer provenienti da 20 Paesi e la Fiera è diventata un vero e proprio hub internazionale per il mercato farmaceutico. Per il 2014 cosa prevedete?

Il programma di Internazionalizzazione avviato la scorsa edizione ha raccolto molti consensi dai nostri espositori, che hanno potuto effettuare oltre 500 incontri Business to Business. Proseguiremo dunque anche quest'anno puntando su Europa dell'Est e Middle East. Ma, stiamo lavorando anche per incrementare la presenza di espositori stranieri, certi come siamo delle potenzialità di *Cosmofarma* di ricoprire il ruolo indiscusso di manifestazione leader a livello europeo.

Il famoso designer Lorenzo Petrantoni ha firmato l'immagine di *Cosmofarma Exhibition 2014*: quale messaggio intendete passare con la sua campagna pubblicitaria decisamente innovativa?

Petrantoni è la risposta logica per questa manifestazione di respiro internazionale. È un giovane artista conosciuto in tutto il mondo, ha lavorato per il New York Times, per Swatch, per Coca Cola, è gratificante per noi che abbia accettato di fare la campagna per *Cosmofarma*. E, devo dire, il suo modo così particolare e riconoscibile di trattare le illustrazioni è particolarmente congeniale allo spirito di *Cosmofarma*, una fiera che racconta molte storie, tra innovazione e tradizione, proprio come l'arte di Lorenzo Petrantoni.

