

## Il presidente Campagnoli «20 anni, un traguardo e un grande impegno per guardare al futuro»

■ «20 anni di **Cosmofarma**: un traguardo importante per una manifestazione che, mai come oggi, guarda al futuro - dice Duccio Campagnoli, Presidente di Bologna Fiere - Dal 1997, anno in cui è nata, **Cosmofarma** ha triplicato l'area espositiva, quadruplicato le presenze delle azien-

de, più di 400.000 addetti ai lavori l'hanno visitata, sono state organizzate 2.500 ore di approfondimento professionale, sono stati consegnati Premi ad oltre 200 aziende, come riconoscimento dell'attività di imprese e farmacie. Dietro a questi numeri gratificanti c'è l'impegno di BolognaFie-

re con la sua grande piattaforma espositiva dedicata alla salute e al benessere che, quest'anno, si arricchisce della presenza di **Pharmintech**. Festeggiamo i 20 anni di **Cosmofarma** con la presenza di grandi realtà farmaceutiche multinazionali e con un accresciuto impegno verso l'internazionalizzazione della manifestazione».



**Presidente**  
Duccio  
Campagnoli  
n°1 della Fiera  
di Bologna



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 101015

# La Farmacia 2.0 è social e digitale

## Sono 50 a vendere online farmaci da banco, integratori e cosmetici Per clienti tecnologici messaggi personalizzati dallo sconto al tutorial

**Roberta Maresci**

La farmacia diventa smart e le cure incontrano la telemedicina. È quanto emerge a Bologna dove, da oggi al 17 aprile, è di scena la 20ma edizione di **Cosmofarma Exhibition**. Una "Pharma Week" in calendario nella città dotta, che si consolida come polo espositivo d'eccellenza nel settore del benessere e del beauty. Ammettiamolo: ormai l'inaridimento dell'offerta dei negozi fisici (per colpa della tecnologia) viene smentita dal proliferare di iniziative di accoglienza. In farmacia si entra per vedere, toccare, valutare la merce a disposizione sugli scaffali mentre con l'altra mano si usa lo smartphone per ottenere informazioni in tempo reale sul prodotto che abbiamo davanti grazie ad App e siti internet dedicati. Capita. Perché cresce lentamente, ma con regolarità, il numero delle farmacie autorizzate alla vendita online di Sop e

Otc. A due mesi dalla circolare del Ministero che aveva dato luce verde all'e-commerce, infatti, sono più di 50 i presidi dalla croce verde registrati sul portale del dicastero Salute: sette in Campania, Marche e Puglia, uno in Friuli Venezia Giulia, Toscana, Val d'Aosta e Lazio, 23 in Piemonte, tre in Sardegna. Non è una corsa forsennata, ma sono numeri che testimoniano ancora una volta la disponibilità delle farmacie a sperimentare e innovare, in barba ai soliti luoghi comuni. In America è un business da 10 anni con milioni di dollari ogni anno. Lo sa anche Franco Zaccariello, 28enne di eFarma.it: studi in farmacia e appassionato di informatica, la sua è tra le prime farmacie online. «Si possono solo vendere integratori, cosmetici e farmaci da banco, quelli cioè senza la prescrizione medica, oppure quelli in cui è sufficiente il consiglio del farmacista. L'utente compra velocemente il pacco gli viene subito spedi-

to. C'è un servizio di live chat con cui può interagire dal farmacista come se fosse nel negozio», spiega Zaccariello che paragona il mondo dei farmaci a quello delle scarpe che vende in rete Zalando. «Quando l'azienda ha iniziato nessuno credeva nel suo successo. Chi avrebbe acquistato scarpe senza misurarle? Eppure la stessa cosa avverrà con i farmaci». Ne sono convinti anche quanti si celano dietro Cefla Shopfitting che presenta la farmacia smart, a misura di clienti tecnologici. Avete presente le persone che hanno sempre uno smartphone con sé. Dopo essere localizzati all'interno del punto vendita, ricevono come clienti, all'istante, dei messaggi personalizzati: dal coupon con uno sconto sul prodotto che si trova a pochi centimetri da lui, al tutorial su come si utilizza un articolo, fino alla presentazione di nuovi prodotti o alla segnalazione che sullo scaffale c'è un articolo che ha determinate caratteristiche.

Che dire di Natrix? Porta i test diagnostici di laboratorio nelle farmacie. Dalle intolleranze alimentari ai disturbi glutine correlati, dal rischio cardiovascolare ai disturbi metabolici e ormonali, dai test anti-aging alle analisi lipidomiche, sono tanti i servizi a disposizione della clientela delle farmacie. Mediante NatrixLab che offre Telenutrizione, una piattaforma di telemedicina che mette in contatto diretto il paziente con lo specialista della nutrizione, grazie a un servizio acquistabile in farmacia. Mentre NatrixMed presenta la famiglia di dispositivi Movita per il monitoraggio dei parametri vitali dei pazienti, ossia dispositivi progettati per scambiare i dati con la piattaforma Telenutrizione. La triade si conclude con NatrixLct che presenta B2Share, una soluzione per la videocomunicazione interattiva nel punto vendita, costituita da un software di programmazione contenuti da remoto e da postazioni interattive di visualizzazione.

### Ventesima edizione

Da oggi a domenica negli spazi  
della Fiera di Bologna

## Pharma Week

**Cosmofarma** gioca un ruolo da protagonista: una settimana di incontri e workshop che riunisce a Bologna circa 800 aziende e 40.000 visitatori che rappresentano l'intera filiera farmaceutica, dalla formulazione al packaging, dal comparto manifatturiero alle farmacie, in un unico luogo, favorendo la nascita di esclusive opportunità di business



### Logo

Dell'evento patrocinato da Federfarma



**Focus** L'alimentazione fattura circa 2,5 miliardi di euro

# Integratori e cosmesi i veri «protagonisti»

## Sono i cosmetici i più venduti in farmacia

**Roberta Maresci**

**E**strae componenti naturali da scarti alimentari, quali le vinacce, e ne produce creme e prodotti cosmetici anti-aging per la cura della pelle. Il risultato è una start-up che si chiama Accadermica ed è un progetto sviluppato da due ricercatrici di Farmacia dell'Università di Genova. Questa estate lo troveremo in farmacia. Farà compagnia alla cosmesi fitomarina mediterranea, un'intuizione piovuta dal mare, guardando la Posidonia oceanica sulla spiaggia dopo una mareggiata nelle Isole Egadi. Poi la conferma delle analisi di laboratorio. A monte, la voglia di tre colleghi di unire diverse esperienze personali per dare vita a una impresa. È nata così Egadi Cosmesi Naturale, la start up che ha debuttato con una linea a marchio Masserentia. Nei pro-

dotti, l'estratto di Posidonia oceanica, prodotto con foglie che derivano da defogliazione naturale, raccolte di intesa con l'Area Marina Protetta delle Isole Egadi. Sono questi due esempi dei tanti in vetrina nel progetto Start Up Village, che a Cosmofarma Exhibition mira a favorire nuove opportunità di business tra le aziende protagoniste del mercato della farmacia e giovani imprese portatrici di competenze e capacità rivolte all'innovazione, all'efficienza e allo sviluppo del settore. Per questo, novità dell'edizione di quest'anno della Fiera è l'arena by Cosmofarma, che si rivolge agli studenti, con lo scopo di stimolare percorsi formativi, creativi e professionalizzanti. Un farmacista, un esponente di Fenagifar, un portavoce dell'industria, un headhunter e un professore universitario, illustreranno i valori e il ruolo del

loro lavoro. A fare da cornice, la cosmesi in farmacia, che «pesa» ben 2 miliardi di euro nelle boutique dei medicinali, dove si conquista la salute seduti al sofà. Bevendo una tisana mentre ci analizzano il cuoio capelluto o partecipiamo alla festa per il collagene da bere in una delle tante «Beauty Pharm» italiane. Se ne parla a Bologna fino a domenica, tra focus e congressi. Imperdibile la seconda edizione del convegno «Dermocosm - Vita Cutis», organizzato con il Professor Antonino di Pietro, dove saranno analizzati i principali temi e le novità terapeutiche relative ai problemi della cute, con la partecipazione congiunta di medici dermatologi, chirurghi plastici, medici estetici e farmacisti, uniti nel rispondere alle problematiche comuni del cittadino. Riflettori puntati sull'alimentazione, in risposta all'incremento eco-

nomico del mercato per gli integratori e i nutraceutici, che hanno raggiunto un valore di circa 2,5 miliardi di euro di fatturato, superiore del 10% rispetto allo scorso anno. A tal proposito, dietologi e nutrizionisti saranno invitati a un «simposium» focalizzato sulla nutrizione e sui suoi effetti sull'organismo. Altra novità dell'edizione, è il focus sui medical devices/diagnostica e prevenzione: macchinari, prodotti e servizi che permettono di tenere sotto controllo specifiche patologie mediche, migliorando la qualità della vita dei pazienti. Tema fondamentale della 20a edizione di Cosmofarma è il management in farmacia e della farmacia: un'analisi delle attività di marketing, comunicazione, visual merchandising e di tutte quelle voci gestionali che influenzano il fatturato di una farmacia, rendendola sempre più una vera e propria attività imprenditoriale.



### «Accadermica»

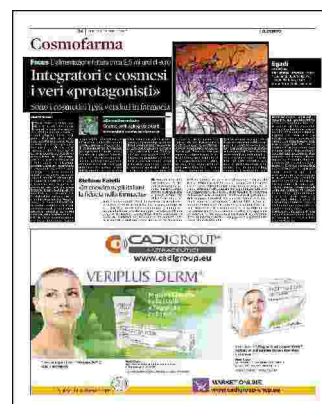
Creme anti-aging da scarti  
alimentari come le vinacce



### Egadi

La start up

Nei cosmetici, l'estratto di Posidonia oceanica, da defogliazione, raccolte di intesa con l'Area Marina Protetta delle Isole Egadi



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.