

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica Cosmofarma			
64/69	Kosmetica	01/05/2024	<i>Ritratto di un industria che cresce</i>	6
4/6	Tema Farmacia	01/05/2024	<i>Visione, consolidamento e integrazione</i>	12
3	Farma 7	30/04/2024	<i>La farmacia e i social "megafono" di educazione sanitaria</i>	14
31	Il Giornale di Lecco	29/04/2024	<i>Pharmalife in vetrina al Cosmofarma</i>	15
	Ilpescara.it	29/04/2024	<i>Una societa' di Manoppello tra le migliori tre aziende piu' ecosostenibili d'Italia</i>	16
44	Corriere della Sera	28/04/2024	<i>Cosa c'e' di nuovo... notizie dalle aziende</i>	18
26	La Provincia (CO)	28/04/2024	<i>Il marchio ha radici comasche. La filosofia arriva dal Giappone</i>	19
	Senzaeta.it	27/04/2024	<i>Farmacie, un mondo in evoluzione</i>	21
1+10	QN- Giorno/Carlino/Nazione Weekend	26/04/2024	<i>Weekend - Promopharma la salute e' 'all in one' (M.Santin)</i>	23
	Quotidiano.net	26/04/2024	<i>Promopharma. Salute 'all in one'</i>	24
	Farmacianews.it	25/04/2024	<i>Salute e inflazione in farmacia</i>	26
	Farmacista33.it	24/04/2024	<i>Mercato farmacia. Studiare lo scontrino per conoscere i clienti e ottimizzare gli ingressi Farmaci</i>	29
	F-online.it	24/04/2024	<i>Sistema Farmacia Italia: grande interesse per le progettualita' presentate a Cosmofarma</i>	32
	Insidemarketing.it	24/04/2024	<i>Cosi' Sony Pictures Italia promuove l'arrivo di Garfield - Una missione gustosa</i>	33
	Pharmaretail.it	24/04/2024	<i>Cosmofarma 2024: la trasformazione digitale della farmacia. L'intervista ad Alessandro Avezza, Compu</i>	36
	Aboutpharma.com	23/04/2024	<i>Settimana della salute: tutti i numeri di Cosmofarma ed Exposanita'</i>	38
	Arredanegozi.it	23/04/2024	<i>Cosmofarma 2024 chiude con successo</i>	40
	Farmacivirtuale.it	23/04/2024	<i>Cosmofarma, Mandelli (Fofi): «Farmacisti puntano su prevenzione e digitale per promuovere salute e s</i>	42
	Farmacivirtuale.it	23/04/2024	<i>Successo per Cosmofarma: oltre 400 aziende e quasi 30mila presenze</i>	44
	Farmacista33.it	23/04/2024	<i>Ccnl farmacisti. Crescita stipendio e carriera: modifiche contrattuali percepite sostenibili dai tit</i>	47
	Ilmessaggero.it	23/04/2024	<i>Ginevra Giannantonio premiata giovane farmacista dell'anno a Cosmofarma 2024 grazie al progetto Phar</i>	50
	It.fashionnetwork.com	23/04/2024	<i>Bios Line apre in Spagna la prima filiale estera e cresce del 7,5%</i>	52
	Tmnotizie.com	23/04/2024	<i>La FoodItalia Group e' una delle tre aziende piu' ecosostenibili d'Italia</i>	58
	Corrieredellasardegna.it	22/04/2024	<i>Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exposanita' e Cosmofarma</i>	60
	Corrierediancona.it	22/04/2024	<i>Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exposanita' e Cosmofarma</i>	61
	Corrieredipalermo.it	22/04/2024	<i>Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exposanita' e Cosmofarma</i>	62
	Cronachediabruzzoemolise.it	22/04/2024	<i>Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exposanita' e Cosmofarma</i>	63
	Cronachedibari.com	22/04/2024	<i>Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exposanita' e Cosmofarma</i>	64
	Cronachedimilano.com	22/04/2024	<i>Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exposanita' e Cosmofarma</i>	65
	Dire.it	22/04/2024	<i>Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exposanita' e Cosmofarma</i>	66
	Dottnet.it	22/04/2024	<i>I farmacisti puntano su prevenzione e digitale per promuovere salute e sostenibilita' del servizio s</i>	69
	Engage.it	22/04/2024	<i>Sony Pictures Italia celebra il lancio del film Garfield Una Missione Gustosa' con due progetti di</i>	71
	Farmacivirtuale.it	22/04/2024	<i>Cosmofarma 2024, la Farmacia dei servizi come tassello del Ssn</i>	73
	Farmacivirtuale.it	22/04/2024	<i>Cosmofarma, il Premio Banco farmaceutico a Enrica Bianchi</i>	77
	Farmacista33.it	22/04/2024	<i>Giovane farmacista dell'anno: premiata Ginevra Giannantonio per il Progetto Pharmilia Farmacista33</i>	79
	Farmacista33.it	22/04/2024	<i>Prontuario farmaci, Gemmato: primo passaggio antidiabetici da diretta a convenzionata. Il punto su c</i>	81

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica Cosmofarma			
	Fidest.wordpress.com	22/04/2024	<i>Avanza la rivoluzione digitale per il comparto farmacia</i>	84
	Fidest.wordpress.com	22/04/2024	<i>Cosmetica in farmacia, il valore aggiunto della Generazione Z</i>	85
	Fnovi.It	22/04/2024	<i>FNOVI a Cosmofarma Exhibition 2024</i>	87
	Gazzettadigenova.it	22/04/2024	<i>Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exposanita' e Cosmofarma</i>	88
	IlFarmacistaOnline.it	22/04/2024	<i>Con quasi 30.000 presenze si chiude Cosmofarma 2024. Mandelli: "Conferma il valore di una comunita'</i>	89
	It.fashionnetwork.com	22/04/2024	<i>Caudalie sfiora i 400 milioni nel 2023 e cresce nel canale farmacia in Italia</i>	91
13	La Gazzetta del Mezzogiorno	22/04/2024	<i>Farmalabor in vetrina al Cosmofarm di Bologna (A.Bufano)</i>	96
	Pharmacyscanner.it	22/04/2024	<i>Da Cgm Italia nuove soluzioni integrate per la rivoluzione digitale in farmacia</i>	97
	Pharmacyscanner.it	22/04/2024	<i>La dermocosmesi driver di ingressi e fatturati. Ma occorre conoscere il cliente-tipo</i>	99
	Rifday.it	22/04/2024	<i>Cosmofarma, bilancio positivo per l'edizione 2024, grande risposta di visitatori e aziende</i>	102
	Sanita33.it	22/04/2024	<i>Farmacie, Fofi: puntiamo su prevenzione e digitale per promuovere salute e sostenibilita' Ssn</i>	104
	Sanita-digitale.com	22/04/2024	<i>CGM PHARMASUITE accompagna l'innovazione delle farmacie</i>	105
	Venezia24.com	22/04/2024	<i>Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exposanita' e Cosmofarma</i>	108
	Dietrolanotizia.eu	21/04/2024	<i>Cosmofarma '24, farmacisti puntano su prevenzione e digitale</i>	109
	Dottnet.it	21/04/2024	<i>Cosmetica in farmacia, il valore aggiunto della Generazione Z</i>	112
	It.fashionnetwork.com	21/04/2024	<i>LPG cresce a tripla cifra in Italia</i>	115
	It.fashionnetwork.com	21/04/2024	<i>Uriage cresce del 20% e investe sulla brand awareness</i>	118
	Rifday.it	21/04/2024	<i>Cosmofarma 2024, tutti i riflettori su farmacia dei servizi ed evoluzione professionale</i>	123
	Viverebari.eu	21/04/2024	<i>Picaro (FDI): porterò l'Europa nei nostri territori e tra i cittadini</i>	126
	Bestmotori.it	20/04/2024	<i>Inaugurata l'Edizione 2024 di Cosmofarma Exhibition</i>	129
	Borsaitaliana.it	20/04/2024	<i>Fiere: calendario aprile-dicembre 2024 - Bologna</i>	132
	Borsaitaliana.it	20/04/2024	<i>Fiere: eventi in corso nel fine settimana 20 e 21 aprile</i>	133
7	Corriere di Bologna (Corriere della Sera)	20/04/2024	<i>A Cosmofarma le farmacie dei servizi (F.Nannetti)</i>	134
	Farmacianews.it	20/04/2024	<i>Nutraceutica e super foods</i>	135
	Farmacianews.it	20/04/2024	<i>Pillole per il farmacista: suggerimenti pratici</i>	137
	Farmacista33.it	20/04/2024	<i>Cosmofarma, il valore sociale delle rurali Farmacista33</i>	139
	Fortuneita.com	20/04/2024	<i>Cosmetici in farmacia, un business da 2,1 mld di euro</i>	142
23	Il Giorno	20/04/2024	<i>L'AI sbarca anche in farmacia. Previsioni su sintomi ed effetti (B.Calderola)</i>	146
	IlFarmacistaOnline.it	20/04/2024	<i>Cosmofarma 2024. I farmacisti puntano su prevenzione e digitale per promuovere salute e sostenibilit</i>	147
	IlFarmacistaOnline.it	20/04/2024	<i>Farmaci. Gemmato: "Passaggio antidiabetici orali da ospedali a farmacie cuba 130 mln di euro, tutte</i>	149
	Ilfattonissenno.it	20/04/2024	<i>Italiani in farmacia per consigli su pelle, solari e trucco: il camice bianco fa la differenza</i>	152
	Ilgiorno.it	20/04/2024	<i>L'Intelligenza artificiale sbarca (anche) in farmacia. In campo su sintomi ed effetti dei medicinali</i>	154
	Ilrestodelcarlino.it	20/04/2024	<i>Violenza sulle donne, la farmacista-criminologa: Vi spiego come riconoscere i segnali e aiutare le v</i>	155
25	L'Adriatico	20/04/2024	<i>La Farmalabor al Cosmofarma Exhibition 2024 di Bologna</i>	159
	Msn.com/it	20/04/2024	<i>L'Intelligenza artificiale sbarca (anche) in farmacia. In campo su sintomi ed effetti dei medicinali</i>	160

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica Cosmofarma			
	Politicamentecorretto.com	20/04/2024	<i>Cosmetic Summit 2024: "I giovani in farmacia davanti e dietro il banco"</i>	161
	Quotidiano.net	20/04/2024	<i>Violenza sulle donne, la farmacista-criminologa: Vi spiego come riconoscere i segnali e aiutare le v</i>	164
	Quotidianosanita.it	20/04/2024	<i>Farmaci. Gemmato: "Passaggio antidiabetici orali da ospedali a farmacie cuba 130 mln di euro, tutte</i>	168
	247.Libero.it	19/04/2024	<i>Fdirect presenta la nuova app e le funzionalita' d'intelligenza artificiale al Cosmofarma Exhibition</i>	170
	Aboutpharma.com	19/04/2024	<i>La Giornata di raccolta del farmaco cambia nome e prolunga la beneficenza</i>	171
	Affaritaliani.it	19/04/2024	<i>CGM lancia 'CGM PHARMASUITE' per accelerare la digitalizzazione farmaceutica</i>	172
25	Corriere della Sera	19/04/2024	<i>Abusi di genere. Primo aiuto dalle farmacie</i>	176
9	Corriere di Bologna (Corriere della Sera)	19/04/2024	<i>Cosmofarma, farmacie in vetrina</i>	177
22	Daily Media	19/04/2024	<i>Cinema Sony Pictures Italia lancia il nuovo film di Garfield con attivita' di co-marketing</i>	178
	Dailyonline.it	19/04/2024	<i>Sony Pictures Italia lancia il nuovo film di Garfield con attivita' di co-marketing di WePromo</i>	179
	Farmacianews.it	19/04/2024	<i>A COSMOFARMA EXHIBITION 2024, consegnato il PREMIO BANCO FARMACEUTICO a Enrica Bianchi</i>	181
	Farmacianews.it	19/04/2024	<i>Cura della persona e indagine di settore: Cosmetica Italia a Cosmofarma Exhibition 2023</i>	183
	Farmacianews.it	19/04/2024	<i>Gli scenari della farmacia: tradizione, innovazione</i>	185
	Farmacianews.it	19/04/2024	<i>Percorsi olfattivi</i>	187
	Farmaciovirtuale.it	19/04/2024	<i>Al via Cosmofarma 2024: le attivita' e il programma dei convegni</i>	189
	Farmaciovirtuale.it	19/04/2024	<i>E-commerce, Amazon e digitalizzazione: quale e' il futuro della farmacia Italiana?</i>	190
	Farmaciovirtuale.it	19/04/2024	<i>Innovazione di prodotto e di servizio: le novita' Curasept a Cosmofarma 2024</i>	192
	Farmaciovirtuale.it	19/04/2024	<i>Le iniziative di Cosmetica Italia a Cosmofarma 2024</i>	194
	Farmaciovirtuale.it	19/04/2024	<i>Rilancio sanita' e sostegno alle farmacie rurali: il convegno a Cosmofarma</i>	196
	Farmacista33.it	19/04/2024	<i>Cosmofarma 2024 al via a Bologna Farmacista33</i>	197
	Horecanews.it	19/04/2024	<i>Probios a Cosmofarma 2024 con i suoi prodotti biologici e free from</i>	199
15	Il Resto del Carlino - Cronaca di Bologna	19/04/2024	<i>Cosmofarma Exhibition, si parte oggi in Fiera</i>	200
15	Il Resto del Carlino - Cronaca di Bologna	19/04/2024	<i>Prodotti e confezioni: le novita' di Marchesini</i>	201
15	Il Resto del Carlino - Cronaca di Bologna	19/04/2024	<i>Promopharma "Piante medicinali, ricerca e passione. La nostra forza"</i>	202
19	Il Sole 24 Ore	19/04/2024	<i>Cosmetica & fiere</i>	203
	Ildenaro.it	19/04/2024	<i>Fdirect presenta la nuova app e le funzionalita' d'intelligenza artificiale al Cosmofarma Exhibition</i>	204
	IlFarmacistaOnline.it	19/04/2024	<i>Inaugurata Cosmofarma 2024. Mandelli (Fofi): "Ormai consacrata l'evoluzione della figura professiona</i>	206
	Ilrestodelcarlino.it	19/04/2024	<i>Cosmofarma Exhibition, si parte oggi in Fiera</i>	209
	Ilrestodelcarlino.it	19/04/2024	<i>Prodotti e confezioni: le novita' di Marchesini</i>	211
	Impresasanita.it	19/04/2024	<i>CGM Pharmsuite, integrazione software per la farmacia</i>	213
	It.fashionnetwork.com	19/04/2024	<i>Cosmofarma: al via l'edizione 2024</i>	215
	Kosmeticanews.it	19/04/2024	<i>Cosmetica Italia a Cosmofarma 2024 con il Gruppo Cosmetici in Farmacia</i>	219
5	La Repubblica - Ed. Bologna	19/04/2024	<i>Da Exposanita' a Cosmofarma, la Fiera e' in salute</i>	222
	Lamilano.it	19/04/2024	<i>Bologna: al via Cosmofarma Exhibition 2024, evento leader nell'Health e Beauty Care</i>	223

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica Cosmofarma			
	Noidonne.org	19/04/2024	<i>COSMOFARMA Exhibition 2024 di Bologna e la VIOLENZA di GENERE</i>	227
	Oggitreviso.it	19/04/2024	<i>Informazione canale farmacia, Homnya acquisisce Editoriale Gironalidea.</i>	229
	Padovanews.it	19/04/2024	<i>Informazione canale farmacia, Homnya acquisisce Editoriale Gironalidea</i>	231
	Quotidianosanita.it	19/04/2024	<i>Fine vita. Donini: "Triste che il Governo ci intralci" - Quotidiano Sanita'</i>	233
	Rainews.it	19/04/2024	<i>Cosmofarma Exhibition, la farmacia si evolve</i>	234
	Sestopotere.com	19/04/2024	<i>Bologna, al via Cosmofarma Exhibition '24, evento leader nell'Health Care, Beauty Care e nel mondo d</i>	235
	Tecnomedicina.it	19/04/2024	<i>CompuGroup Medical Italia presenta CGM PHARMASUITE</i>	238
	247.Libero.it	18/04/2024	<i>Cosmofarma Exhibition 2024, vendite di cosmetici in farmacia oltre 2 miliardi di euro</i>	241
	Adnkronos.com	18/04/2024	<i>Informazione canale farmacia, Homnya acquisisce Editoriale Gironalidea</i>	242
	Ansa.it	18/04/2024	<i>Cosmetici in farmacia in crescita, superano i 2,1 miliardi</i>	245
	Ansa.it	18/04/2024	<i>Cosmetici in farmacia in crescita, superano i 2,1 miliardi - Lifestyle - Ansa.it</i>	246
	Ansa.it	18/04/2024	<i>Gli appuntamenti di Cosmetica Italia a Cosmofarma</i>	251
	Ansa.it	18/04/2024	<i>Gli appuntamenti di Cosmetica Italia a Cosmofarma - Notizie - Ansa.it</i>	255
	Beauty.pambianconews.com	18/04/2024	<i>Al via domani Cosmofarma 2024, focus su 'capitale umano' e tecnologie</i>	256
	Bolognanotizie.com	18/04/2024	<i>Informazione canale farmacia, Homnya acquisisce Editoriale Gironalidea</i>	258
	Distribuzionemoderna.info	18/04/2024	<i>Probios punta sull'innovazione</i>	261
	Dottnet.it	18/04/2024	<i>Al via da oggi la 27ma edizione di Cosmofarma Exhibition</i>	262
	Gglam.it	18/04/2024	<i>Eventi: al via Cosmofarma 2024</i>	264
	Greenplanetnews.it	18/04/2024	<i>Informazione canale farmacia, Homnya acquisisce Editoriale Gironalidea</i>	266
	IlFarmacistaOnline.it	18/04/2024	<i>Cosmofarma. Al via dal 19 al 21 aprile a Bologna la manifestazione annuale del settore farmaceutico.</i>	268
	Ilfoglio.it	18/04/2024	<i>Informazione canale farmacia, Homnya acquisisce Editoriale Gironalidea</i>	270
	Ilsole24ore.com	18/04/2024	<i>Cosmofarma Exhibition 2024, vendite di cosmetici in farmacia oltre 2 miliardi di euro - Il Sole 24 O</i>	273
	Mediakey.tv	18/04/2024	<i>SONY PICTURES ITALIA CELEBRA IL LANCIO NELLE SALE ITALIANE DI GARFIELD - UNA MISSIONE GUSTOSA CON DU</i>	275
	Mediakey.tv	18/04/2024	<i>SONY PICTURES ITALIA CELEBRA IL LANCIO NELLE SALE ITALIANE DI GARFIELD UNA MISSIONE GUSTOSA CON DUE</i>	277
	Notizie.it	18/04/2024	<i>Informazione canale farmacia, Homnya acquisisce Editoriale Gironalidea</i>	279
	Oltrepomantovanonews.it	18/04/2024	<i>Informazione canale farmacia, Homnya acquisisce Editoriale Gironalidea</i>	282
	Politicamentecorretto.com	18/04/2024	<i>LE COMMUNITY DEL MONDO DELLA FARMACIA SI DANNO APPUNTAMENTO A COSMOFARMA EXHIBITION 2024</i>	284
	Primaonline.it	18/04/2024	<i>Homnya acquisisce Editoriale Gironalidea</i>	287
	Rifday.it	18/04/2024	<i>Cerimonia inaugurale oggi a Bologna per l'edizione 2024 di Cosmofarma Exhibition</i>	289
	Sbircialanotizia.it	18/04/2024	<i>Informazione canale farmacia, Homnya acquisisce Editoriale...</i>	291
	Spotandweb.it	18/04/2024	<i>Haliborange e Pizzium al fianco di Sony Pictures Italia per il lancio nelle sale italiane di Garfiel</i>	294
	Tecnicaospedaliera.it	18/04/2024	<i>Health Ability Experience, il nuovo evento sulla longevita': presentazione in anteprima a Cosmofarma</i>	297
60	Area Wellness	01/04/2024	<i>Cosmofarma: alla Fiera di Bologna cura le capacita' e i talenti nella sanita'</i>	299
10	Osservatorio Medico Scientifico	01/03/2024	<i>Un esempio virtuoso</i>	300
12	Osservatorio Medico Scientifico	01/03/2024	<i>Il farmacista al centro</i>	301
14	Osservatorio Medico Scientifico	01/03/2024	<i>L'evoluzione del packaging farmaceutico</i>	302
16	Osservatorio Medico Scientifico	01/03/2024	<i>Vicini, affidabili e risolutivi</i>	303

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica			
	Cosmofarma			
18	Osservatorio Medico Scientifico	01/03/2024	<i>Il processo evolutivo dei presidi a croce verde</i>	304
19	Osservatorio Medico Scientifico	01/03/2024	<i>Il valore e il sapere di chi cura</i>	305
20/21	Osservatorio Medico Scientifico	01/03/2024	<i>Dalla tradizione della flora italiana</i>	306

| GLAMOUR | MERCATO

Ritratto di un' INDU

Secondo i dati preconsuntivi presentati da Cosmetica Italia, nel 2023 il fatturato totale del settore cosmetico italiano ha superato i 15,1 miliardi di euro, in crescita del 13,8% rispetto al 2022. Positive anche le stime per il 2024, che prevedono un fatturato superiore ai 16,6 miliardi di euro (+9,8% sul 2023). «Il settore cosmetico è uno dei comparti maggiormente rappresentativi del made in Italy nel mondo. Basti pensare che negli ultimi 20 anni è raddoppiato il peso delle esportazioni sul totale del fatturato: oggi costituiscono infatti il 46% della produzione», ha non a caso evidenziato Benedetto Lavino, presidente di Cosmetica Italia. «Proprio l'export – ha proseguito Lavino – ha dato un importante contributo alla crescita del fatturato dell'industria cosmetica nazionale durante le congiunture più complesse degli ultimi anni, fra la crisi fi-

nanziaria e la pandemia. Il costante investimento in innovazione, la qualità dell'offerta, gli elevati standard di sicurezza e l'inconfondibile creatività italiana restano una formula vincente richiesta sia sul mercato interno sia sui mercati internazionali, con un crescente interesse da parte di nuove destinazioni extraeuropee». Nel 2023 le esportazioni hanno superato quota sette miliardi di euro, quadruplicando il loro valore rispetto a vent'anni prima. In particolare, l'incremento del 20,2% nel confronto con il 2022 ha permesso di raggiungere un primato: il settore cosmetico si è distinto tra gli altri comparti manifatturieri per il maggiore tasso di crescita. Tutti questi valori esercitano un impatto positivo anche sulla bilancia commerciale che con quattro miliardi di euro ha superato abbondantemente i livelli precedenti la pandemia.

KOSMETICA 4 DUEMILAVENTIQUATTRO

64



I dati preconsuntivi pubblicati dal Centro Studi di Cosmetica Italia mettono in evidenza l'ottimo stato di salute del settore nel nostro Paese. La bilancia commerciale ha superato i livelli degli anni precedenti il 2020 e per le esportazioni si stanno aprendo prospettive e destinazioni nuove

ROBERTO CARMINATI giornalista

STRIA che CRESCCE

KOSMETICA 4 DUEMILAVENTIQUATTRO

65

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

101015

GLAMOUR | MERCATO

La sicurezza in nove lingue

COSMILE Europe, il database europeo dedicato alla corretta informazione sugli ingredienti cosmetici, è disponibile in formato app e da poco anche in italiano. «Ogni giorno utilizziamo almeno otto cosmetici che ci accompagnano in gesti fondamentali legati all'igiene, alla cura di sé, al benessere, alla prevenzione e alla protezione - ricorda **Benedetto Lavino**, presidente di **Cosmetica Italia** -. Per i consumatori è importante conoscere gli ingredienti che compongono i prodotti, ma non sempre è facile identificare le informazioni corrette, specie sul web. A un anno dal debutto di **COSMILE Europe**, l'omonima app è un punto di accesso facile e immediato per consultare questa importante fonte, un riferimento verificato e scientificamente supportato per tutti i cittadini». **COSMILE Europe** è il database realizzato da **Cosmetics Europe** (Associazione europea dell'industria cosmetica) che racchiude informazioni su circa 30mila ingredienti utilizzati nelle formulazioni cosmetiche: dalle proprietà alle funzionalità, dall'origine ai principali cosmetici in cui trovarli. Il lancio dell'app è stato voluto per rendere ancora più accessibili le informazioni. Per approfondire la conoscenza di un ingrediente è sufficiente scansionare la lista INCI riportata sulla confezione del cosmetico, ricercare manualmente il singolo ingrediente o scannerizzare il codice a barre del prodotto. Ciascuno può tenere traccia sull'app degli ingredienti d'interesse, per esempio in caso di allergie, e può creare una lista di preferiti per consultarne rapidamente la composizione. La sezione **Approfondimenti** fornisce focus su temi spesso al centro delle domande che riguardano i cosmetici. **COSMILE Europe** non dà valutazioni sui prodotti o le formulazioni. Questi giudizi, infatti, spesso erroneamente etichettano un cosmetico come non sicuro: tuttavia, va ricordato che tutti i cosmetici messi in commercio all'interno dell'Unione Europea devono rispettare il severo **Regolamento europeo 1223/2009** che assicura la sicurezza del consumatore.

KOSMETICA 4 DUEMILAVENTIQUATTRO

66



Cresce l'export

Analizzando le destinazioni dell'export cosmetico italiano in chiave ventennale, è emerso un consolidamento dei partner storici, ma anche un progressivo spostamento verso nuove destinazioni extra-europee. L'andamento delle esportazioni tra le prime dieci destinazioni vede quasi unicamente crescite a doppia cifra, con in testa gli Stati Uniti (+31,8% rispetto al 2022), seguiti da Francia (+12,6%) e Germania (+32,2%). L'indispensabilità del cosmetico è stata ribadita dal trend positivo dei consumi nel mercato italiano: infatti, nel 2023 hanno superato quota 12,5 miliardi con un incremento del 9,4% sul 2022.

Tra profumeria ed e-commerce

Quello della grande distribuzione è rimasto il canale con la quota più consistente dei consumi interni (oltre 5,2 miliardi di euro), mentre le crescite a doppia cifra più evidenti sono quelle di profumeria, commercio elettronico ed erboristeria. In particolare, la profumeria (+14,2%), secondo canale distributivo per acquisti cosmetici in Italia, ha recuperato i condizionamenti legati alla pandemia; l'e-commerce (+12,5%) si è confermato ormai un canale di acquisto radicato nelle scelte dei consumatori e nelle strategie delle aziende; l'erboristeria (+12%) ha segnato un sostanziale recupero dei suoi valori a tre anni dalla pandemia. La farmacia ha consolidato dinamiche già in atto (+7,5%), mentre le vendite dirette (+1,1%), sia a domicilio sia per corrispondenza, hanno risentito dello spostamento della domanda verso forme distributive più innovative. Infine, sono incoraggianti i segnali che sono arrivati dai canali professionali, cioè acconciatura ed estetica, cresciuti rispettivamente del 5% e del 5,3%.

Vincono fascia premium e mass market

«I canali distributivi sono apparsi nel complesso ancora condizionati dal rincaro dei prezzi dell'energia. Ciononostante, la leva inflazionistica della cosmetica ha registrato un rialzo dei prezzi al con-

NUMERI

I numeri

15,1

miliardi di euro:
il fatturato della
cosmetica italiana
nel 2023

+13,8%

la crescita rispetto al
2022

16,6

miliardi: il fatturato
previsto per il 2024

+9,8%

la crescita prevista
rispetto al 2023

46%

il peso dell'export
sul totale della
produzione



sumo attorno al 7% e, dunque, nettamente inferiore alla media dei beni di consumo che ha superato il 10%», osserva Gian Andrea Positano, responsabile del Centro Studi di Cosmetica Italia. «Come ormai sta accadendo da diversi esercizi, i consumatori si sono orientati verso le fasce di prezzo premium e sui segmenti economici, escludendo pertanto progressivamente la fascia intermedia». L'analisi dei consumi cosmetici per categorie di prodotto nel 2023, confrontata con il periodo pre-covid, ha consentito infine di descrivere nuovi orientamenti di acquisto che si sono radicati nel Paese.

Campioni di vendita

In particolare, si sono registrate le ottime performance dei prodotti per il trucco viso (+20%) e labbra (+14,6%), complice il rimbalzo positivo successivo alla pandemia. In particolare, i fenomeni più evidenti hanno riguardato i correttori, i fard e le terre (+31,2% rispetto al 2022) e le ciprie (+22,2%). È invece risultato meno virtuoso il trend delle categorie che hanno avuto più impatto nelle routine domestiche durante i periodi di lockdown, quali per esempio i prodotti per l'igiene corpo, che hanno visto ridimensionarsi il mercato incremento registrato in precedenza, e i prodotti per

KOSMETICA 4 DUEMILAVENTIQUATTRO

67

GLAMOUR | MERCATO

La farmacia a convegno

Si è chiuso da pochi giorni l'appuntamento con **Cosmofarma Exhibition 2024**, evento presidiato da **Cosmetica Italia** anche con il gruppo **Cosmetici in Farmacia** e il convegno **Il canale farmacia tra multicanalità e ingaggio del consumatore**. Le croci verdi sono punti vendita importanti per la cosmesi e a dirlo sono i numeri. I dati preconsuntivi 2023 collocano il canale farmacia al terzo posto per consumi di cosmetici in Italia, dopo mass market e profumeria e con un valore di 2,1 miliardi di euro, in crescita del 7,5% rispetto al 2022. Le stime per il 2024 prevedono un ulteriore incremento di 7,2 punti percentuali. Nel confronto tra 2019 (prepandemia) e 2023, il peso del canale farmacia sui consumi cosmetici è risultato in lieve flessione (nel 2019 il canale rappresentava il 17,4% dei consumi cosmetici, nel 2023 il 16,8%). Il dato non deve tuttavia essere letto come il risultato di una minor competitività di canale, ma come effetto di una pressione dell'inflazione inferiore rispetto ad altre formule distributive. Si sono attestati nella top 3 del paniere di consumo 2023 di cosmetici in farmacia le categorie cosmetici per la cura del viso (33%), prodotti per la cura del corpo (16%) e solari (10%). Cura viso e solari sono anche le categorie con i trend più dinamici registrati nel 2023 nel confronto con l'anno precedente (rispettivamente +11,4% e +9,9%). Da segnalare anche l'andamento dei prodotti da trucco venduti in farmacia, cresciuti del 13,8%.

KOSMETICA 4 DUEMILAVENTIQUATTRO

68

la cura dei capelli che sembrano esser tornati verso i canali professionali. Infine, considerando il paniere di consumo dei cosmetici, i prodotti per la cura viso (16,4%), la cura corpo (15,1%) e la profumeria alcolica (14%) sono rimasti trainanti in termini di peso sul totale degli acquisti nei canali tradizionali.

Naturalità in primo piano

Sostenibilità e naturalità sono fra i temi più caldi per l'industria cosmetica attuale, che interpretandoli indirizza anche una precisa domanda da parte del mercato e delle istituzioni. Non a caso **Cosmetica Italia** e in particolare il suo Gruppo **Cosmetici a connotazione naturale ed erboristica** li hanno messi al centro del dibattito anche in occasione della 55esima edizione di **Cosmoprof Worldwide Bologna**, con un convegno dal titolo *La dinamica del mercato e dei consumatori verso il naturale, il green, l'ambiente*. La risposta delle aziende. «L'erboristeria ha rafforzato la sua identità come riferimento per il beauty a connotazione naturale. La struttura del canale è, però, legata al negozio di prossimità, che non può rispondere alla grande domanda che emerge dal mercato», commenta **Laura Pedrini**, presidente del Gruppo **Cosmetici a connotazione naturale ed erboristica di Cosmetica Italia**, intervistata proprio da **Kosmetica** su questo numero. «Dai consumatori arriva, infatti, una chiara e continua sollecitazione rispetto a un'offerta che sappia far fronte a specifiche richieste di naturalità e sostenibilità. La richiesta è interpretata in modo trasversale nei vari canali distributivi e diventa un orientamento strategico per un numero crescente di imprese».

Rimbalzo in doppia cifra

Nel 2023 l'erboristeria ha registrato un valore di oltre 420 milioni di euro e, come anticipato, una crescita del 12% rispetto all'anno precedente: un rimbalzo positivo a doppia cifra che ha segnato un sostanziale recupero dei valori precedenti la pandemia, stando ai dati preconsuntivi elaborati dal Centro Studi di **Cosmetica Italia**. Le previsioni per il 2024 hanno permesso di ipotizzare un ulteriore



*Ottime
performance per
il trucco viso*

incremento del 10,5%. Trasversalmente ai vari canali, si è consolidata l'attenzione del consumatore verso i cosmetici a connotazione naturale e sostenibile. I consumi di questa categoria hanno rappresentato, infatti, circa un quarto dei consumi cosmetici in Italia nel 2023 e hanno superato i 3,1 miliardi di euro di valore, con un incremento di 7,6 punti percentuali rispetto al 2022. La loro crescita è solo apparentemente più contenuta rispetto all'andamento gene-

rale dei consumi cosmetici; si tratta infatti di prodotti caratterizzati da un prezzo più alto rispetto alla media del mercato cosmetico in Italia, ma che hanno subito in misura l'effetto dell'inflazione. Da evidenziare è infine come la convergenza tra cosmetici orientati sia alla naturalità sia alla sostenibilità sia sempre più centrale: i consumi di prodotti che rispondono a entrambe queste richieste sono infatti risultati in notevole crescita (+32,3%). ●



EDITORIALE

VISIONE, CONSOLIDAMENTO E INTEGRAZIONE

Nell'evoluzione che la farmacia sta affrontando, dopo una fase di comprensibile disorientamento, si vanno sempre più delineando i contorni di alcune attività che, ineludibilmente, dovranno attuare i colleghi che vorranno ancora svolgere al meglio la propria attività sul territorio

di **Francesco Carlo Gamaleri**
consigliere Ordine Farmacisti
Milano, Lodi, Monza Brianza



In questi anni, contraddistinti da aspetti eterogenei di complessità e di emergenze, la dinamicità evolutiva del ruolo della farmacia di comunità restituisce, sia agli osservatori più attenti sia a coloro che si giovano dei suoi servizi, un'immagine di rinnovato presidio di assistenza territoriale di prima istanza, di porta di accesso al servizio di assistenza farmaceutica, come pure ai servi sociosanitari del Sistema regionale di competenza territoriale.

Una domanda potrebbe sorgere spontanea: la farmacia di comunità ri-diventa un presidio sanitario di assistenza sanitaria di prima istanza... oppure lo è sempre stato?

Domanda semplice e diretta, che richiederebbe risposta altrettanto semplice e puntuale. In

realità, la complessità degli aspetti da considerare necessita certamente di un'analisi più approfondita. Quello che mi sento di sottolineare è che, da parte dei cittadini e di tutti coloro che ricorrono al supporto e ai servizi offerti dalla farmacia territoriale, fondamentalmente non c'è mai stato alcun dubbio sulle capacità di rispondere alle esigenze sanitarie espresse dalla popolazione, sia con il sempre elevato numero di accessi e gradimento dei servizi offerti sia attraverso gli esiti di precise analisi dedicate ad ampie indagini di ricerca rivolte alla popolazione.

Quanto sopra, trovo sia riconducibile alle volontà e capacità di tutta la comunità dei farmacisti territoriali di mettersi sempre in gioco alle diverse latitudini della penisola, con sacri-

Da parte dei cittadini e di tutti coloro che ricorrono al supporto e ai servizi offerti dalla farmacia territoriale, non c'è mai stato alcun dubbio sulle capacità di rispondere alle esigenze sanitarie espresse dalla popolazione


EDITORIALE

Innegabile ed encomiabile lo slancio della maggioranza dei farmacisti di comunità, in parole semplici: orgoglio e senso di appartenenza professionale di categoria accompagnato da generosa disponibilità nei confronti della popolazione

ficio e abnegazione, per rispondere ai bisogni sanitari provenienti dalla popolazione e, nel contempo, allo sforzo attuativo, su base volontaria, di accogliere e realizzare le disposizioni connesse con la legge della farmacia dei servizi. A questo proposito, innegabile ed encomiabile lo slancio della stragrande maggioranza dei farmacisti di comunità, in parole semplici: orgoglio e senso di appartenenza professionale di categoria accompagnato da generosa disponibilità nei confronti della popolazione, per altro riconosciuti anche dalla Presidenza della Repubblica attraverso il conferimento della medaglia d'oro al merito della Sanità pubblica ai farmacisti italiani, su proposta del Ministero della Salute nello scorso anno.

Nulla di tutto questo sarebbe stato possibile senza la lungimirante visione e progettualità dei rappresentanti di categoria a tutti i livelli, *in primis* della Federazione degli Ordini dei Farmacisti Italiani in tempi non sospetti e nei quali si intravedevano già le nubi delle future criticità legate alla sostenibilità dell'assistenza farmaceutica e sanitaria.

In realtà, una doppia visione strategica da parte della Federazione: per un verso, indirizzata a elaborare proposte volte a fornire risposte alle esigenze di salute e di servizi sanitari per

la popolazione; dall'altro, per incrementare la consapevolezza da parte delle istituzioni amministrative e politiche che una ridefinizione legislativa-normativa, in chiave aggiornata e sempre in coerenza all'ambito di competenza professionale, poteva essere l'occasione di svolta per strutturare con maggiore solidità ed efficienza la prossimità dell'assistenza sanitaria, accorciando la filiera dell'offerta di salute. In particolare, nei confronti delle fasce di popolazione più fragili e affette da patologie croniche, attraverso l'incremento delle attività di prevenzione sanitaria a più livelli [diagnostica di prima istanza (anche prevedendo il prelievo di campioni biologici a livello nasale, salivare od orofaringeo), telemedicina, profilassi vaccinale, screening oncologici, monitorando aderenza e riconciliazione terapeutica, farmacovigilanza e recentemente test diagnostici per il contrasto all'antibiotico-resistenza a supporto del medico di medicina generale e del pediatra di libera scelta, ai fini dell'appropriatezza prescrittiva] e allentando nel contempo il carico di prestazioni sanitarie improprie sui presidi ospedalieri. Nel momento in cui si scrive (alla vigilia della Santa Pasqua), vicinissimi all'inaugurazione della XXVII edizione di **Cosmofarma** Exhibition, appare certo che grande parte del palcoscenico professionale ed istituzionale di questa edizione 2024, sarà occupato dall'analisi di alcuni temi recentemente approvati nel Consiglio dei Ministri del 26 marzo scorso con il disegno di legge recante le "Disposizioni per la semplificazione e la digitalizzazione dei procedimenti in materia di attività economiche e di servizi a favore dei cittadini e delle imprese", nel quale una parte non secondaria riguarda proprio il consolidamento delle attività sociosanitarie che si svolgono nella farmacia di comunità. Un percorso assolutamente rilevante sia nella sostanza sia nella forma.

La previsione di un'insegna che riporti la denominazione di "farmacia dei servizi" comunica e chiarisce formalmente tutte le prestazioni della farmacia-presidio sanitario territoriale a beneficio della popolazione, specie a quella disagiata rispetto ai presidi ospedalieri

Infatti, nel merito, il divenire di questo passaggio legislativo parlamentare, dopo tanti anni dibattuti alla ricerca di una assistenza territoriale meglio strutturata, sganciandosi dal contesto emergenziale, permetterebbe il reale riconoscimento alla farmacia di comunità di un posizionamento (nei fatti già recepito da tempo da parte della popolazione e degli utenti) caratterizzato da organicità strutturale e continuità di funzioni, con rilevante riduzione delle disuguaglianze nell'ambito dell'offerta di assistenza integrata nel Sistema sanitario.

Nella forma, invece, la previsione del posizionamento di un'insegna che, oltre alla "croce verde", riporti la denominazione di "farmacia dei servizi" comunica e chiarisce formalmente tutte le prestazioni della farmacia-presidio sanitario territoriale a beneficio della popolazione, specie a quella disagiata rispetto ai presidi ospedalieri. Un Ddl certamente da promuovere e sostenere nel suo *iter*, che appare indirizzato strategicamente verso un modello di assistenza primaria più integrata a misura di cittadino e possibilmente da armonizzare in modo coerente ed equilibrato con la medicina generale (alle prese con la carenza di medici) e con le case di comunità, per ora distribuite in modo disomogeneo, in prevalenza nelle sole aree metropolitane. ■



La voce di Federfarma

Un nuovo servizio per gli associati

La farmacia e i social “megafono” di educazione sanitaria

È un tema importante e merita, quindi, di essere approfondito per le sue implicazioni. Ecco perché ritorniamo sulla recente firma del protocollo siglato tra Federfarma e Fondazione Airc, di cui abbiamo già parlato nell'Editoriale del numero scorso (Farma 7 n. 6 del 15 aprile). Perché il nuovo progetto “Insieme per la prevenzione” non è soltanto il risultato di una partnership ormai consolidata tra le due Istituzioni -dopo ben 7 anni di proficua collaborazione- ma rappresenta un obiettivo verso cui la farmacia e i farmacisti da sempre tendono, in quanto intimamente connotato con la loro cultura e il loro ruolo.

Diffondere materiali e contenuti informativi, infatti, promuovere cioè una cultura della prevenzione primaria e secondaria, rientra proprio tra quelli che potremmo a ragione definire compiti istituzionali della professione, dai quali non si può prescindere. E di quanto questi siano importanti hanno acquisito maggiore consapevolezza sia la politica sia le istituzioni, che tornano a focalizzare i loro programmi sulla prevenzione. È proprio in questo ambito che il ruolo del farmacista, da sempre educatore sanitario, può essere ulteriormente valorizzato, e non soltanto per la sua predisposizione all'impegno, per la sua capillarità e per la credibilità che gli viene riconosciuta dal cittadino, ma anche perché oggi sa e può utilizzare strumenti capaci di amplificarne la voce.

Che cosa si prefigge il nuovo progetto “Insieme per la prevenzione”? Come hanno ben precisato il presidente Marco Cossolo e il segretario nazionale Roberto Tobia, l'iniziativa consiste nella realizzazione e diffusione di “materiali e contenuti informativi sull'adozione di abitudini e comportamenti salutari per ridurre il rischio di cancro, insieme all'adesione agli screening”. Si parla non solo di cancro al seno - che con la campagna Nastro Rosa è stata la prima

occasione di collaborazione tra Federfarma e Fondazione Airc - ma in generale di tutte le patologie oncologiche e della promozione di buone abitudini di un corretto stile di vita. Ebbene, finora si è sempre fatto riferimento al consiglio del farmacista al banco, a quelle indicazioni che s'accompagnano sempre a qualsiasi “spedizione di un medicinale” (il famoso “prima o dopo i pasti” e quant'altro), ma oggi i tempi e i mezzi sono cambiati e con essi le modalità di approccio del farmacista con il cittadino. Sono molte, infatti, le farmacie che utilizzano i social per colloquiare con i pazienti, offrendo contenuti che riguardano, oltre alle indicazioni di servizio della farmacia, anche consigli sanitari e di prevenzione.

La statistica ci dice che, in media, una farmacia ha circa 500 contatti abituali on line. La moltiplicazione è facile: mille farmacie diffondono 500mila consigli, 5.000 farmacie ben 2 milioni e mezzo, e così via in costante progressione. Si apre allora un nuovo scenario, in cui la farmacia diventa “megafono” d'informazione sanitaria, sia al suo interno (non dimentichiamo che ogni giorno entrano fisicamente in farmacia 4 milioni di persone), sia all'esterno grazie ai suoi canali di comunicazione social, garantendo sempre una comunicazione professionale e di qualità.

Questa è un'opportunità che Federfarma e il suo organo di stampa “Farma 7” vogliono cogliere e ottimizzare. Come abbiamo accennato a Cosmofarma, a breve sarà on line un nuovo sito web che non soltanto offrirà agli associati informazioni e aggiornamenti utili all'attività gestionale, ma che aiuterà il farmacista anche a gestire i propri social in maniera personalizzata, divenendo così vero “megafono” di educazione sanitaria.

Patrizia Prezioso





SUCCESSO L'azienda continua a crescere e a breve raddoppierà gli spazi produttivi Pharmalife in vetrina al Cosmofarma

LECCO (ces) È tornata a Bologna-Fiere per un nuovo appuntamento fieristico di primo piano nel panorama internazionale Pharmalife Research, che partecipa da protagonista alla ventisettesima edizione di **Cosmofarma** Exhibition, evento leader nell'ambito dell'health care, del beauty care e del mondo della farmacia conclusasi il 21 aprile. Secondo i dati diffusi dagli organizzatori della kermesse, i preconsuntivi 2023 collocano il canale farmacia al terzo posto per consumi di cosmetici in Italia, dopo mass market e profumeria. Il valore dei cosmetici venduti in farmacia è di 2,1 miliardi di euro, in crescita del 7,5% rispetto al 2022; le stime per il 2024 prevedono un ulteriore incremento di 7,2 punti percentuali.

Pharmalife Research - che con i suoi integratori e i suoi prodotti per la cura della persona punta ad una crescita del 20% nell'anno in corso, con previsioni di fatturato a 30 milioni di euro - ha individuato in **Cosmofarma** una vetrina particolarmente interessante, dove presenta prodotti best seller ma anche la linea Rinfoltit, recentemente integrata con nuove proposte, un'inedita linea di integratori in forma gommosa e una gamma di prodotti a base di propoli medica per il prossimo inverno.

Ma i progetti di sviluppo non si fermano ai bilanci: «Se i nostri

obiettivi per il 2024 sono ambiziosi, con un'ulteriore crescita del business sostenuta anche da una rinnovata organizzazione aziendale, con l'ingresso di nuovi manager e specialisti, siamo impegnati in un forte potenziamento strutturale con il raddoppio della superficie destinata alla produzione che completeremo a metà 2025», sottolinea **Anna Crupi**, Amministratore Unico di Pharmalife Research.

Protagoniste dell'allestimento scelto per lo stand a **Cosmofarma** sono di nuovo le persone di Pharmalife Research, che ha aggiunto nuovi scatti - sempre realizzati da **Giorgio Galimberti**, maestro della tecnica in bianco e nero - alla raccolta di ritratti dedicati a dipendenti, operai, tecnici, addetti commerciali, assieme alla direzione e alla proprietà. Ognuno di loro ha voluto prestare il proprio volto per comunicare i valori nei quali l'azienda da sempre crede: mettere al centro le persone e riconoscere le capacità professionali di ogni singola collaboratrice o collaboratore. Scatti senza filtri e in bianco e nero, per valorizzare una bellezza non solo e non tanto esteriore, ma intrinseca ad ogni singola persona e legata anche a quel benessere che con i suoi prodotti l'azienda si impegna a favorire.

«Mi fa piacere sottolineare la coincidenza della nostra scelta di mettere al centro i nostri valori e il

nostro asset più importante, le persone, con quella della manifestazione che, a sua volta, ha voluto portare l'attenzione sui valori e sui rapporti umani e, appunto, sulle persone», continua Anna Crupi.

«Agli scatti che avevamo presentato in anteprima sempre a Bologna qualche settimana fa, in occasione di Cosmoprof, se ne sono aggiunti altri che confermano la nostra scelta di puntare su un nuovo modo di comunicare la filosofia alla base della nostra azienda, un'azienda fatta prima di tutto di persone, che ne sono la vera anima e costituiscono il suo primo e più importante valore», spiega l'imprenditrice. «E come è ormai per noi tradizione abbiamo abbinato la presenza in fiera ad una iniziativa di charity: ogni visitatore che passerà dal nostro stand sarà invitato a scrivere un messaggio su una cartolina appositamente creata, e a depositarlo in un'urna. Per ogni messaggio Pharmalife verserà 2 euro a favore del progetto de La Nostra Famiglia destinato ai minori affetti da disturbi dello spettro autistico».

«Da sempre ne sono convinta, ma oggi dobbiamo sottolinearlo con forza sempre maggiore: ognuno di noi è chiamato a fare impresa in modo equo e sostenibile, valorizzando il capitale umano: questo è un dovere etico ma anche la strada per la crescita duratura delle nostre attività», conclude Anna Crupi.



Uno scorcio dello stand Pharmalife Research al Cosmofarma di Bologna. I suoi prodotti sono stati molto apprezzati



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

101015



ECONOMIA MANOPPELLO

Una società di Manoppello tra le migliori tre aziende più ecosostenibili d'Italia

Nel cuore dell'Abruzzo, un'azienda di Manoppello ha raggiunto un traguardo significativo, emergendo come una delle tre aziende più ecosostenibili d'Italia

Morgan

29 aprile 2024 10:34



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Nel cuore dell'Abruzzo, un'azienda di Manoppello ha raggiunto un traguardo significativo, emergendo come una delle tre aziende più ecosostenibili d'Italia.

Questo prestigioso riconoscimento è stato conferito a FoodItalia Group all'interno del Company Award, un importante evento che celebra le aziende impegnate nella sostenibilità, durante il [Cosmofarma](#) Exhibition a Bologna.

La best eco company, categoria in cui l'azienda abruzzese è stata lodata, mira a riconoscere le aziende che si distinguono per le loro pratiche volte a ridurre concretamente l'impatto ambientale. Questo risultato è motivo di orgoglio non solo per l'azienda stessa, ma anche per tutta la regione Abruzzo, che si consolida come un centro di eccellenza nell'industria italiana.

L'annuncio ufficiale è stato fatto lo scorso 20 aprile, segnando l'inizio di tre giorni ricchi di emozioni e nuovi incontri, in cui il settore farmaceutico ha continuato ad essere al centro delle discussioni. Aziende, partner istituzionali e visitatori hanno contribuito al successo di questa edizione, che ha posto l'accento sul valore umano, generando numerosi momenti di crescita personale e professionale. Il traguardo

101015



raggiunto da FoodItalia Group riflette il suo impegno concreto verso la sostenibilità ambientale.

L'azienda si è distinta per l'utilizzo di impianti fotovoltaici, fototermici e sistemi di fitodepurazione delle acque reflue, dimostrando una chiara volontà di ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività. Con 29.811 visitatori e 252 relatori, l'evento ha rappresentato un importante momento di condivisione e confronto nel settore farmaceutico. FoodItalia Group ha brillato tra le altre aziende partecipanti, confermando il suo ruolo di leader nell'industria alimentare ecosostenibile. Questa non è la prima volta che questa azienda riceve un riconoscimento di prestigio.

Nel 2021, ha ricevuto il premio Innovation & Research Award per la sua costante ricerca di innovazione nel settore alimentare. Lo scorso anno, ha attirato l'attenzione grazie allo sviluppo di una linea di prodotti dedicati alle patologie genetiche rare, dimostrando così un profondo impegno verso la salute e il benessere delle persone.

Questi riconoscimenti non solo celebrano il successo di un'azienda, ma è motivo di orgoglio per l'intera regione Abruzzo dimostrando il ruolo di leadership che la nostra regione svolge nella ricerca & sviluppo dell'industria alimentare e nella sostenibilità ambientale a livello nazionale. Questo risultato rafforza l'immagine della regione come un centro di eccellenza dove le aziende si distinguono per l'innovazione e l'impegno verso un futuro più sostenibile per tutti.

© Riproduzione riservata



Sullo stesso argomento

ECONOMIA

[Azienda di Manoppello tra le più innovative dell'anno per il suo impegno nella ricerca e sviluppo](#)

I più letti

- 1.** [OFFERTE DI LAVORO](#)
Dai bagnini agli chef, è "caccia" ai lavoratori stagionali: Recruiting day al centro per l'impiego

[ECONOMIA](#)
- 2.** [Ristori per le imprese artigiane danneggiate dal covid: dalla Regione circa 5 milioni per erogare i fondi a tutti i beneficiari](#)

[ECONOMIA](#)
- 3.** [Cna artigiani: "Bene i nuovi ristori per le imprese, ma per sbloccare altri fondi è necessario lavorare insieme"](#)

In Evidenza



COSA C'È DI NUOVO... NOTIZIE DALLE AZIENDE

a cura di CAIROCS MEDIA

20 maggio con Apropos e 3Bee la Giornata Mondiale delle Api

In occasione della Giornata Mondiale delle Api, 20 maggio, Apropos rinnova il suo impegno per la salvaguardia degli insetti impollinatori. Grazie alla partnership con 3Bee, la nature tech company che sviluppa tecnologie per la tutela della biodiversità, Apropos da tre anni è impegnata nella cura e crescita di spazi dedicati alla protezione della biodiversità e degli insetti impollinatori in Italia, le Oasi 3Bee. Il primo alveare di biomonitoraggio con tecnologia 3Bee Hive-Tech, per osservare lo stato di salute di oltre 300.000 api, è del 2022 a cui è seguito un secondo e l'impegno per la cura e la crescita di



400 piante nettariere che quest'anno diventeranno 500. Apropos promuove, inoltre, progetti educativi rivolti ai più piccoli: «BabyBeeEducational» e «3Bee: a scuola di biodiversità».

Melatonina e Camomilla ACT, la buona notte in una bustina

Melatonina e Camomilla ACT è la nuova tisana di F&F a base di melatonina che regola il ritmo sonno-veglia e contribuisce alla riduzione del tempo richiesto per prendere sonno. In un comodo astuccio di 30 bustine di polvere solubile da sciogliere in acqua calda, Melatonina e Camomilla ACT è disponibile in farmacia e l'assunzione regolare di una tisana al giorno, poco prima di coricarsi, preparata con una bustina contribuisce a regalare una buona notte di relax e tranquillità. La formulazione di Melatonina e Camomilla ACT a base di melatonina è, infatti, arricchita con camomilla e melissa che facilitano il rilassamento. Inoltre, magnesio che favorisce il normale funzionamento del sistema nervoso. www.Linea-Act.it.



Promopharma® a Cosmofarma con la nuova linea Promolase®

Presentata in occasione dell'ultima edizione di Cosmofarma a Bologna, Promolase® di Promopharma® è la nuova linea «all in one» nata per semplificare la vita ai farmacisti e, di conseguenza, ai clienti. Con Promolase®, infatti, è più semplice e immediato poter consigliare l'integratore giusto, grazie alla completezza di una linea che comprende multivitaminici, multiminerali, tonici e ricostituenti di alta qualità, proposti in stick pack monouso semplici e comodi da assumere, molti dei quali orosolubili, in modo da migliorarne l'assorbimento e la biodisponibilità. Tra le linee «Best performer 2023» di Promopharma®, inoltre, spicca Xanacid® che comprende dispositivi medici studiati per alleviare e contrastare i disturbi gastrici e digestivi. www.promopharma.it



Carnidyn Plus la soluzione per i cambi di stagione

I cambi di stagione sono sempre un periodo delicato per il nostro corpo che va incontro a possibili cali di energia, fisica e mentale. Si tratta della cosiddetta «sindrome primaverile» o «letargia primaverile», una condizione caratterizzata da affaticamento, disturbi articolari, stanchezza mentale e sbalzi d'umore. Per questo è importante essere consapevoli dell'importanza dell'integrazione alimentare e della ciclicità di assunzione. Sposatezza e sensazioni di stanchezza, fisica e mentale, sono sempre dietro l'angolo: Carnidyn Plus con Acetil-L-Carnitina, grazie alla sua formulazione equilibrata di vitamine (vitamina B5 e vitamina E) e sali minerali (magnesio, zinco, selenio), contribuisce a combattere la stanchezza e ad avere l'energia di cui si ha bisogno. www.carnidyn.it.



Melatonina IBSA l'innovativo modo di assumere melatonina

Melatonina IBSA è un nuovo integratore alimentare a base di melatonina, vitamina B6, camomilla e lavanda. La melatonina contribuisce alla riduzione del tempo richiesto per prendere sonno, la vitamina B6 alla diminuzione di stanchezza e affaticamento. Camomilla e lavanda favoriscono il rilassamento e il sonno. A caratterizzare Melatonina IBSA è l'innovativa tecnologia IBSA FilmTec®, che rende l'assunzione semplice, veloce e pratica perché l'integratore si può assumere ovunque, in ogni momento e senza acqua. Il film orodispersibile si presenta come un foglietto ultrasottile della dimensione di un francobollo e, una volta posto nella cavità orale, a contatto con la saliva si scioglie in pochi secondi, consentendo un rapido assorbimento del nutriente. Melatoninaibsa.it



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



101015



Il marchio ha radici comasche La filosofia arriva dal Giappone

COMO

SERENA BRIVIO

Una scommessavinta quella della comasca Carolina Tagliabue che due anni fa ha lanciato un marchio che in poco tempo si è imposto nel mercato dello skincare.

Il nome della linea, Ikigai, ha un significato molto profondo in Giappone. Ikigai si può tradurre con "la ragione per cui ci svegliamo al mattino", e tra i suoi principi promuove la semplicità come viatico per un'esistenza autentica. Gli ingredienti naturali sono importati direttamente da coltivazioni del Sol Levante, la produzione è realizzata al 100% in Italia con formulazioni e profumazioni esclusive.

Da subito Carolina ha voluto veicolare gli sforzi commerciali verso il canale farmacia, rinunciando volutamente ad opportunità su altri sbocchi: «La farmacia conferisce serietà, e Ikigai vuole affermarsi in questo

canale sviluppando un posizionamento che risponda in prima istanza a un'idea più ampia di wellness e prevenzione».

La fondatrice di Ikigai prosegue: «Visto che la ritualità e la metodicità sono elementi cardine nella cultura giapponese, abbiamo voluto introdurre già nelle prime farmacie giornate in cui la nostra Beauty specialist effettua protocolli ispirati alla tradizione di quel Paese con i nostri prodotti, con ottimi risultati sul sell-out. In una prima fase di vita aziendale abbiamo quindi investito nel testare un modello di engagement con i nostri clienti e ora che questo è consolidato, miriamo già nel 2024 a un'espansione importante in tutta la Penisola».

Dialogo

Quindi, un rapporto diretto con la clientela, non solo per fidelizzarla, ma per costruire un dialogo utile a comprenderne meglio le esigenze.

Ottime le performance nei primi mesi del 2024 che hanno registrato un sensibile incremento di fatturato rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. La recente partecipazione a Cosmofarma, evento leader nel mondo della farmacia, ha inoltre generato moltissimi contatti con professionisti del settore. Contatti strategici per lo sviluppo del business in Lombardia, Friuli, Lazio, Puglia, Sicilia ed Emilia Romagna. E in Europa.

In vista di questa potenziale espansione sono previste nuove assunzioni, la prossima apertura di nuovi uffici per accogliere dipendenti, clienti e partner, e l'introduzione di nuove confezioni.

Promettente

«L'obiettivo a breve termine è quello di raddoppiare il fatturato, nel medio termine di mantenere questo ritmo - evidenzia Carolina Tagliabue - Ikigai si sta affermando come uno dei brand

più promettenti, grazie a tre strumenti fondamentali».

Elenca Carolina Tagliabue, primo: «La farmacia si sta trasformando in un hub della salute e della prevenzione, vedi la copiosa apertura al suo interno di cabine estetiche».

Secondo strumento competitivo: «In un contesto macroeconomico sempre più aleatorio, avere dei fornitori che fanno della semplicità il loro mantra rappresenta un asset: il brand Ikigai è fatto di poche referenze di alta qualità, e questo per il farmacista-imprenditore significa avere degli stock molto contenuti, con alta rotazione grazie alle giornate di promozione che organizziamo».

In ultima istanza «Ikigai ha puntato su un mono canale rinunciando nel breve termine a introiti più alti e più facili, per mantenere una credibilità nei confronti dei propri partner che alla lunga ripaga sempre».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Carolina Tagliabue due anni fa ha fondato Ikigai



Lo stand della comasca Ikigai alla rassegna Cosmofarma

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



101015

Farmacie, un mondo in evoluzione

da Luca Guazzati | Apr 27, 2024 | Quotidiano della Salute | 0 commenti



Il mondo delle farmacie sta vivendo un momento di grandi cambiamenti. Complice il Ddl semplificazioni recentemente approvato, le farmacie sono, e saranno ancora di più, un punto di riferimento per tutti i cittadini. Un "polo di servizi", incentrato ora più che mai sulla professionalità dei farmacisti chiamati ad essere non solo dispensatori di conigli ma veri e propri custodi della salute pubblica. Che il mondo delle farmacie sia in fermento lo si è ben capito, ad esempio, a [Cosmofarma](#), evento leader nell'ambito dell'Health Care, del Beauty Care e di tutti i servizi legati al mondo della farmacia, conclusosi domenica scorsa a Bologna. Per l'occasione, abbiamo intercettato una delle tante professioniste presenti all'evento, che ci ha spiegato le novità legate a queste attività così fondamentali nell'ambito delle cure primarie.

Dott.ssa Alina di Ronza, lei qualche anno fa hai creato un gruppo Facebook che nel tempo ha acquisito parecchio seguito e che si chiama "Il mondo dei farmacisti". Da cosa nasce l'idea, e qual è l'obiettivo che si poni con questo gruppo?

«L'idea di creare il gruppo Facebook "Il mondo dei farmacisti" nasce dalla mia passione per il mondo farmaceutico e dalla volontà di creare una comunità di professionisti e appassionati che potessero condividere esperienze, dubbi e aggiornamenti in un ambito in costante evoluzione. L'obiettivo principale è quello di fornire un punto di incontro dove i membri possano sentirsi supportati, informati e ispirati, promuovendo così un'atmosfera di crescita professionale e personale».

Ha anche un blog nel quale pubblica una serie di "consigli in pillole". Può farci un esempio?



0

SHARES

Cerca



Nel mio blog, cerco di offrire "consigli in pillole" che possano essere di aiuto quotidiano per chiunque legga. Un esempio potrebbe essere la spiegazione su come distinguere un raffreddore da un'allergia stagionale, fornendo consigli pratici su come alleviare i sintomi con rimedi naturali o quando sia necessario rivolgersi al farmacista o al medico per un trattamento più specifico.

Quali sono le principali problematiche legate al mondo delle farmacie?

Le principali problematiche legate al mondo delle farmacie spaziano dalla gestione degli stock di medicinali, alla difficile interpretazione delle nuove normative, fino alla gestione delle aspettative dei clienti che, sempre più informati ma anche esigenti, cercano non solo un prodotto, ma una consulenza completa e personalizzata.

Come è cambiata la vostra professionalità dopo la pandemia?

La pandemia ha cambiato radicalmente il nostro approccio professionale, accentuando il ruolo sociale del farmacista come punto di riferimento sanitario nella comunità. Abbiamo acquisito nuove competenze, soprattutto in ambito di prevenzione e diagnostica, e abbiamo imparato l'importanza di adattarci rapidamente a nuovi scenari e esigenze della popolazione.

E' notizia recente che, con il Ddl semplificazioni, le farmacie si avviano a diventare tuttofare. E quindi i cittadini in farmacia potranno effettuare test diagnostici con prelievamento di campioni biologici o consentire la scelta del medico di famiglia e del pediatra oltre ad elargire tutta un'altra serie di servizi. Cosa pensa di questa novità?

Riguardo al Ddl semplificazioni, vedo questa novità come un'opportunità per elevare ulteriormente il ruolo della farmacia nella società, ampliando i servizi offerti ai cittadini e rendendo le farmacie ancora più centrali nel sistema sanitario. È fondamentale, però, che queste nuove responsabilità siano supportate da una formazione adeguata dei professionisti e da un'organizzazione logistica che garantisca la qualità e la sicurezza dei servizi.

Cosa si auspichi per il futuro delle farmacie?

Per il futuro, auspico un ulteriore rafforzamento del ruolo del farmacista, non solo come dispensatore di medicinali, ma come vero e proprio consulente della salute, capace di offrire un supporto a 360 gradi per il benessere della persona. Spero inoltre in un'evoluzione delle normative che tenga conto delle nuove esigenze emerse in seguito alla pandemia, promuovendo l'accesso alle cure e la prevenzione come pilastri di un sistema sanitario sempre più vicino alle persone.





SALUS

PROMOPHARMA LA SALUTE È 'ALL IN ONE'

Nasce la nuova linea Promolase in stick pack monouso

Così il farmacista può consigliare l'integratore ottimale

Promopharma Salute 'all in one'

di **Marina Santin**

«Nulla è cambiato nell'entusiasmo del primo giorno, ma tanto è migliorato nel corso di tutti questi anni, e recentemente è entrato in Promopharma® il nuovo socio NB Aurora - primo veicolo di permanent capital quotato in Italia sul segmento Euro-next MIV Milan promosso da Neuberger Berman - con un aumento di capitale che ci consentirà di accelerare il nostro ambizioso piano di sviluppo grazie alla realizzazione di un nuovo sito produttivo, per raggiungere ulteriori importanti traguardi. NB Aurora non è solo un fondo di Private Equity, ma è un vero partner industriale, che investe sulle idee degli imprenditori per accompagnarli nel loro percorso di crescita».

Così Filippo Borsani, ad Promopharma®. Ed è con lo stesso entusiasmo che Promopharma® si

è presentato a Bologna, a **Cosmofarma**, l'appuntamento fieristico - dopo Infarma a Madrid - che precede la sua presenza a Vitafoods Europe 2024 a Ginevra. Due gli highlights alla rassegna bolognese. In primis, il lancio in assoluta anteprima della nuova linea Promolase, creata per facilitare il farmacista nel consigliare l'integratore ottimale. È infatti, una gamma 'all in one' di multivitaminici, multiminerali, tonici e ricostituenti di alta qualità - molti dei quali orosolubili, così da migliorarne l'assorbimento e la biodisponibilità - proposti in stick pack monouso.

Accanto, l'azienda propone Xanacid®, la sua linea 'Best Performer 2023', declinata in dispositivi medici studiati per affrontare i disturbi digestivi e l'acidità di stomaco rispettando la fisiologia e la funzionalità dell'apparato digerente. Entrambe le linee,

così come le oltre 500 referenze in catalogo, nascono dall'expertise di Promopharma® che dal 1998 - puntando sui valori che da sempre la ispirano, quali trasparenza nei processi produttivi, responsabilità verso l'ambiente e la salute, rispetto per la natura - crea soluzioni efficaci per il benessere e la cura della persona: integratori naturali, dispositivi medici, cosmetici e alimenti a fini medici speciali, distribuiti in farmacie, parafarmacie ed erboristerie. Tutti i prodotti vengono studiati nel rispetto della tradizione fitoterapica nei laboratori di R&S da un team di medici qualificati e realizzati con tecnologie all'avanguardia nei reparti produttivi, con materie prime di origine certificata e di altissimo profilo e secondo gli standard di qualità e sicurezza propri dell'industria farmaceutica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Integratori naturali, dispositivi medici, cosmetici e alimenti a fini medici speciali, sono distribuiti in farmacie, parafarmacie ed erboristerie



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

101015

Venerdì 26 Aprile 2024

Accedi

I venti minuti di Cannavaro

Doriano Rabotti

MAGAZINE

Abbonamento mensile:

1 mese a 3,99 €

25 aprileHarvey WeinsteinChoc termicoMissili AtacmsIsraele-HamasBorghesi più belli

CITTÀ ▾

MENÙ ▾

SPECIALI ▾

VIDEO

ULTIM'ORA

Ricerca

26 apr 2024

Quotidiano Nazionale Magazine Promopharma. Salute 'all i...



Promopharma. Salute 'all in one'

di Marina Santin "Nulla è cambiato nell'entusiasmo del primo giorno, ma tanto è migliorato nel corso di tutti questi anni, e...



Promopharma. Salute 'all in one'

di Marina Santin
"Nulla è cambiato nell'entusiasmo del primo giorno, ma tanto è migliorato nel corso di tutti questi anni, e recentemente è entrato in Promopharma® il nuovo socio NB Aurora – primo veicolo di permanent capital quotato in Italia sul segmento Euronext MIV Milan promosso da Neuberger Berman – con un aumento di capitale che ci consentirà di accelerare il nostro ambizioso piano di sviluppo grazie alla realizzazione di un nuovo sito



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

101015

produttivo, per raggiungere ulteriori importanti traguardi. NB Aurora non è solo un fondo di Private Equity, ma è un vero partner industriale, che investe sulle idee degli imprenditori per accompagnarli nel loro percorso di crescita".

Così Filippo Borsani, ad Promopharma®. Ed è con lo stesso entusiasmo che Promopharma® si è presentato a Bologna, a **Cosmofarma**, l'appuntamento fieristico – dopo Infarma a Madrid – che precede la sua presenza a Vitafoods Europe 2024 a Ginevra. Due gli highlights alla rassegna bolognese. In primis, il lancio in assoluta anteprima della nuova linea Promolase, creata per facilitare il farmacista nel consigliare l'integratore ottimale. È infatti, una gamma 'all in one' di multivitaminici, multiminerali, tonici e ricostituenti di alta qualità – molti dei quali orosolubili, così da migliorarne l'assorbimento e la biodisponibilità – proposti in stick pack monouso.



Accanto, l'azienda propone Xanacid®, la sua linea 'Best Performer 2023', declinata in dispositivi medici studiati per affrontare i disturbi digestivi e l'acidità di stomaco rispettando la fisiologia e la funzionalità dell'apparato digerente. Entrambe le linee, così come le oltre 500 referenze in catalogo, nascono dall'expertise di Promopharma® che dal 1998 – puntando sui valori che da sempre la ispirano, quali trasparenza nei processi produttivi, responsabilità verso l'ambiente e la salute, rispetto per la natura – crea soluzioni efficaci per il benessere e la cura della persona: integratori naturali, dispositivi medici, cosmetici e alimenti a fini medici speciali, distribuiti in farmacie, parafarmacie ed erboristerie. Tutti i prodotti vengono studiati nel rispetto della tradizione fitoterapica nei laboratori di R&S da un team di medici qualificati e realizzati con tecnologie all'avanguardia nei reparti produttivi, con materie prime di origine certificata e di altissimo profilo e secondo gli standard di qualità e sicurezza propri dell'industria farmaceutica.

QUOTIDIANONAZIONALE

è arrivato su WhatsApp

Per ricevere le notizie selezionate dalla redazione in modo semplice e sicuro



ISCRIVITI



© Riproduzione riservata

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

Spettacoli

Anticipazioni serale Amici, tutti gli spoiler del 27 aprile: eliminati e ospiti

Magazine

Dengue e malaria, è boom di casi nel mondo. "Colpa del riscaldamento globale, ecco lo scenario del 2100"

Magazine

Morto il regista Laurent Cantet, Palma d'oro a Cannes nel 2008

Eurovision

Eurovision Song Contest, cos'è, chi partecipa e perché si fa

Magazine

Chi è Carmen Annibale, l'ispettrice Marta Anselmi di 'Un Posto al Sole'



Home > Fatti&persone > Salute e inflazione in farmacia

Fatti&persone

Salute e inflazione in farmacia

La crisi inflattiva influisce sulla spesa anche in farmacia, con oculatezza e parsimonia da parte del consumatore, per ottenere la qualità al miglior prezzo

Antonia Cresceri 25 aprile 2024

A **Cosmofarma Exhibition 2024** l'appuntamento con **Ipsos** ha avuto come focus l'**impatto del contesto socioeconomico sul comportamento di acquisto del consumatore**, i risvolti che ha comportato nei confronti della spesa per la salute e nello specifico delle farmacie.

Un convegno che si intreccia con l'ordito del valore umano, protagonista in questa edizione di **Cosmofarma**, raccontato nella declinazione al consumatore dall'impeccabile **Stefania Fregosi**, Responsabile della Service Line Healthcare presso Ipsos Italia.

Un sentimento comune di preoccupazione negli intervistati, evocato dall'ambito socioeconomico, occupazionale, i permanenti conflitti bellici e per il cambiamento climatico.

Iscriviti alle nostre newsletter

Segui le nostre pagine social per rimanere aggiornato su articoli di attualità, contenuti ad alto valore scientifico, eventi e iniziative.



Leggi Farmacia News



Consumatore attento

Si delinea un contesto difficile con **previsioni poco ottimistiche**: per il 45% degli italiani nel 2023, al bilancio, a non considerarlo un buon anno, in leggero miglioramento rispetto il 2022.

I dati per il 2024 non danno cenno di slancio verso il futuro, parsimonia e oculatezza sono temi centrali, tali da non contrarre tout court gli acquisti, ma nel soppesare le risorse economiche a disposizione senza sprecare.

Il consumatore è **attento, oculato ed affarista, che soddisfa i suoi bisogni e trae gratificazione dal trovare il prodotto cercato ad un prezzo scontato**. L'80% degli italiani ha, infatti, modificato il suo comportamento di acquisto nell'ultimo anno, con differenze sociodemografiche soprattutto le donne, le fasce dai 35 ai 54 anni, al Sud e nelle isole.

Il carico di spesa è coerente con il sostentamento familiare, **le fasce di età centrali hanno modificato maggiormente i comportamenti d'acquisto rispetto ai giovani 25-34 e ai senior (65-75 anni)** che vivono in nuclei familiari più piccoli godono quindi di una fonte di reddito utile al soddisfacimento delle proprie esigenze.

Strategie di acquisto contro il rincaro dei prezzi

I farmaci da banco sono nella classifica dei beni per cui il consumatore ha percepito il rincaro dei prezzi; tuttavia, **la previsione futura è una minor contrazione di spesa per l'acquisto di farmaci per le persone e gli animali di famiglia, rispetto ad altre categorie di prodotto**.

I consumatori attuano **strategie come il confronto di prezzi e l'uso dei farmaci generici, senza rimandare l'acquisto**. Nelle farmacie cercano il prodotto migliore con prezzo migliore, per questo hanno un paio di farmacie di riferimento con cui diversificano l'acquisto e si affidano al farmacista.

Un consumatore su 2 ha risparmiato su OTC e integratori soprattutto nella fascia tra i 35-44 anni, meno i giovanissimi e i senior che tendenzialmente risparmiano su altri fronti, ma non sulla salute.

Farmacia dei servizi

Il prezzo non è il driver principale di acquisto del farmaco ma attenzionato e il **farmacista gode della fiducia crescente del cittadino (88%)**, per la gestione dei piccoli problemi di salute e per l'erogazione dei servizi, con livelli di considerazione che crescono all'avanzare dell'età.

I servizi più utilizzati sono **l'ordinazione di farmaci, prenotazione CUP e servizi di misurazione della pressione**, inoltre iniziano a prendere piede le vaccinazioni a testimonianza della farmacia come centro polifunzionale, in grado di soddisfare le esigenze di salute sempre più articolate di diverse fasce di età.

La maggior parte degli italiani ha usato almeno un servizio in farmacia nell'ultimo anno

n.5 - Maggio 2024 n.4 - Aprile 2024 n.3 - Marzo 2024

[Edicola Web](#)

Leggi Tema Farmacia

n.5 - Maggio 2024 n.4 - Aprile 2024 n.3 - Marzo 2024

[Edicola Web](#)

l'Erborista

Tribulus terrestris sotto la lente dell'ISS

Meliloto, al taglio attività antiossidante

99 ricette senza istamina

Medicina Integrata

Ictus giovanile: attenzione ai fattori di rischio non tradizionali

Prostata: il cardiofitness riduce il rischio di tumore

Dieta chetogenica, efficace in pazienti con gravi malattie mentali



e ne vorrebbe sempre più come **screening gratuiti e vaccinazioni**, oltre alla collaborazione di altre figure professionali a colmare le lacune del SSN verso cui il cittadino nutre un certo scetticismo.

TAG **Cosmofarma 2024** Ipsos

Articolo precedente

Dalla SIPREC, l'importanza dell'aderenza terapeutica

ARTICOLI CORRELATI ALTRO DALL'AUTORE

Dalla SIPREC, l'importanza dell'aderenza terapeutica

Una iniziativa per sensibilizzare circa l'importanza della donazione

Paracetamolo in gravidanza e disturbi dello spettro autistico: nessuna connessione



LASCIA UN COMMENTO

Commento

Nome:*

E-mail:*

Sito Web:

Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.

Invia il commento

Dermakos

Acne, utilità di un triplice approccio terapeutico

Iniezioni di collagenasi di Clostridium histolyticum contro la cellulite

Iss, al via le celebrazioni per i 90 anni con il presidente Mattarella

Kosmetica

L'eredità di Roberto Cavalli, tra moda e fragranze

Estratto di tè Assam con funzione di contrasto al fotoinvecchiamento cutaneo

Le "zeoliti ingegnerizzate" di ZeoSAES presentate a In-Cosmetics

Scegli una categoria

Seleziona una categoria

FARMACISTA33

Professione Farmacista ▾ / Ricerca e cura ▾ / Prodotti e alimenti ▾ / Speciali e servizi ▾

Q / 33 ▾

< Home / Industria e mercati / mercato



FARMACIE

24 Aprile 2024

MERCATO

Mercato farmacia. Studiare lo scontrino per conoscere i clienti e ottimizzare gli ingressi

Ottenere informazioni dai dati di ingresso in farmacia, studiando bisogni e comportamenti dei consumatori, può generare una quantità di dati che se ben utilizzata offre la possibilità di sfruttare ogni singolo ingresso. Nel parla Viki Nellas, R&D Lead di New Line Ricerche di Mercato

di Chiara Romeo



Massimizzare ogni occasione di ingresso è un fattore ritenuto indispensabile per la crescita economica della farmacia. Ottenere informazioni dai dati di ingresso in farmacia, studiando bisogni e comportamenti dei consumatori, può generare una quantità di dati che se ben utilizzata offre la possibilità di sfruttare ogni singolo ingresso. È ciò che è riuscita a fare una ricerca di New Line Ricerche di Mercato presentata a [Cosmofarma](#) 2024 venerdì 19 aprile, dal titolo “Nuove opportunità di analisi del mercato della farmacia”, che grazie all’uso di sensori all’ingresso della farmacia, è riuscita a mettere in relazione le caratteristiche del consumatore con lo scontrino generato.

Resta aggiornato con noi!

La tua risorsa per news mediche, riferimenti clinici e formazione.

Iscriviti al servizio utilizzando il tuo account Medikey

Dichiaro di aver letto e accetto le condizioni di privacy

AZIENDE



Caldo estivo e luce blu? - Acuviz

A cura di **Euritalia Coswell**

La ricerca ha utilizzato i dati dei sensori, strumenti di rilevazione dell'audience molto sofisticati ideati da New Line DS, con il dato di vendita generato dallo scontrino per offrire una visione a tutto tondo dei bisogni e i comportamenti delle persone che entrano in farmacia. La ricerca ha coinvolto 13 farmacie che, pur apparendo un numero piccolo, in realtà generano dati per circa 80mila ingressi. Il sensore utilizzato registra e classifica gli ingressi, permette di misurare in tempo reale quante persone entrano in farmacia e per quanto tempo, permette di riconoscere i clienti per genere e fascia d'età. Questi dati vengono associati a quelli degli scontrini nello stesso intervallo temporale, permettendo al farmacista di capire che cosa ha acquistato una determinata tipologia di clienti e di individuare in modo puntuale il comportamento di spesa.

La farmacia oggi si sta declinando in modo diverso in funzione del contesto e del bacino, «di conseguenza una mancata vendita in un contesto diverso genera un risultato diverso: per la farmacia sotto casa un farmaco mancante si traduce in una vendita posticipata; per la farmacia in zona di passaggio un prodotto mancante è una vendita persa» ha spiegato **Viki Nellas**, R&D Lead di New Line Ricerche di Mercato.



Questo si riflette, nei dati della ricerca, con un tasso di conversione diverso in funzione dell'ubicazione della farmacia: le farmacie del campione situate in zone di passaggio, a parte due casi mediamente più grandi, mostrano un tasso di conversione (CR) sempre maggiore di 75, mentre le farmacie di dimensioni più piccole nelle zone residenziali tendono a mostrare un'incidenza di mancanti molto elevata (con CR anche sotto il 50%).

Non stupisce che la fascia degli over 65 sia una di quelle che più entra in farmacia e che questi consumatori preferiscano la fascia oraria mattutina: ma è interessante notare come i dati mostrino che non tutti vanno in farmacia solo per la ricetta. «Tra le farmacie con una elevata incidenza di persone over 65 tra i clienti se ne osservano alcune con una bassa quota di ingressi legati alla prescrizione, indice di una buona gestione del reparto commerciale», ha spiegato Nellas.



FARMACEUTICA/

Premio Leonardo International, il riconoscimento a Eli Lilly

Il Premio Leonardo International assegnato per la prima volta a un'azienda farmaceutica a capitale estero basata in Italia, Eli Lilly

A cura di **Redazione Farmacista33**

LIBRERIA/



FITOTERAPIA E OMEOPATIA. MODERNE TERAPIE MEDICHE - Farmacognosia e tossicologia di 200 bioterapici

A cura di



È emerso dall'analisi dei dati che gli uomini preferiscono la pausa pranzo o la fascia serale: ciascuna farmacia, a seconda delle sue caratteristiche e del contesto, dovrà capire come sfruttare questo dato relativamente alla sua clientela. D'altra parte, lo scontrino commerciale cresce di almeno 2 euro quando entrano più donne entro i 65 anni. La fascia delle donne tra i 35 e i 65 è quella che genera scontrini misti più elevati, con una media di 62 euro a scontrino.

La metodologia utilizzata permette anche l'analisi del confronto della clientela stabile di ciascuna farmacia con i dati del relativo bacino di utenza. Questo strumento è utile per stimare quali clienti afferenti al proprio bacino d'utenza la farmacia non sta intercettando, quale fatturato incrementale si potrebbe generare migliorando la capacità di attrazione verso il bacino d'utenza, la relazione tra età e genere dei clienti e frequenza di visita.

TAG: SOSTENIBILITÀ, CRESCITA, FARMACIE

Se l'articolo ti è piaciuto rimani in contatto con noi sui nostri canali social seguendoci su:



Oppure rimani sempre aggiornato in ambito farmaceutico iscrivendoti alla nostra newsletter!

ISCRIVITI

POTREBBERO INTERESSARTI ANCHE

17/04/2024

INDUSTRIA E MERCATI

Corman a **Cosmofarma** presenta ClickSalute, l'innovativo progetto di telemedicina per la farmacia

Corman S.p.A., tra i principali player nel mercato dell'extrafarmaco in Italia e del personal care nel mondo, arricchisce la sua offerta per il Point of Care con il progetto ClickSalute e la Cabina...

A cura di **Comunicato stampa**

17/04/2024

INDUSTRIA E MERCATI

Labomar, ricavi in crescita nel 2023

Nel 2023 i ricavi di Labomar, azienda leader in ambito nutraceutico, toccano i 103,6 milioni di euro (+12,8%), mentre l'Ebitda Adjusted si attesta a 19,3 milioni di euro (+16,6%)

A cura di **Redazione Farmacista33**

17/04/2024

INDUSTRIA E MERCATI

Fusioni e acquisizioni, +8% in Italia. I dati PwC Global: tra i

16/04/2024

INDUSTRIA E MERCATI

Premio Leonardo International, il riconoscimento a Eli Lilly

SISTEMA FARMACIA ITALIA: GRANDE INTERESSE PER LE PROGETTUALITÀ PRESENTATE A COSMOFARMA

24/04/2024



Sistema Farmacia Italia - il network di farmacie indipendenti creato da Federfarma e Federfarma Servizi, con la guida di FederFARMA.CO dallo scorso esercizio - traccia una sintesi dei progetti portati avanti e di quelli in partenza. Le iniziative, presentate a [Cosmofarma](#), hanno riscosso grande interesse.

«Il 2023», spiega **Alessandro Rosso**, direttore marketing di FederFARMA.CO, «è stato un anno particolarmente

importante, ricco di progettualità per il nostro network, che conta quasi 3.000 farmacie. Le iniziative hanno toccato gli ambiti della prevenzione cardiovascolare attraverso due punti di vista: da un lato, sono stati affrontati i servizi in farmacia sotto l'aspetto professionale, della corretta promozione, ma anche in termini di impatto positivo per il conto economico del punto vendita; dall'altro, è stato analizzato l'ambito dello scompenso cardiaco, anche da un punto di vista clinico e gestionale». Si tratta di differenti progettualità che «sono in grado di offrire al farmacista, quale professionista sanitario, un approccio sempre più completo e specializzato, diretto all'ascolto e al consiglio».

Sistema Farmacia Italia «si colloca quindi come un alleato fondamentale per la farmacia indipendente nelle proprie attività di pharmaceutical care, con progettualità concrete, di collegamento tra industria, società scientifiche e farmacie». Anche l'anno in corso, continua Rosso, «sarà ricco di ulteriori progettualità che hanno già visto una prima attività sul campo, grazie al supporto di PROFAR® - private label delle farmacie indipendenti - e di PODARTIS - azienda leader nelle soluzioni ortesiche e specializzata nel piede diabetico - con la linea Avanterra™, finalizzata a preparare i farmacisti a riconoscere le problematiche legate al piede, offrire un counseling mirato e soluzioni appropriate, in una nicchia di mercato ancora poco presidiata, ma dalle grandi potenzialità. Al centro c'è la proposta di plantari Avanterra, particolarmente innovativa per la capacità di intercettare bisogni specifici delle persone, e che ha avuto un notevole apprezzamento allo stand in [Cosmofarma](#). Ma questo è solo il primo dei progetti del prossimo periodo. Siamo agli sgoccioli con il secondo appuntamento della farmacia Cardiologica, grazie al supporto di Bayer, e per il lancio di quello legato all'IPB, Ipertrofia Prostatica Benigna, patologia che vede un aumento importante negli ultimi mesi e che può trarre giovamento dalla centralità della farmacia, in termini di screening e counseling».

DALLE AZIENDE

> **Test Point: la prevenzione del diabete e delle malattie cardiovascolari inizia da un controllo in farmacia**

26/10/2020

In Italia e nel mondo i numeri su diabete e malattie cardiovascolari sono allarmanti. Per questo Zentiva con il patrocinio di Federfarma...

ULTIMI ARTICOLI

> **Distribuzione, Mirone: Cosmofarma sia occasione per consolidare rapporti di filiera**

24/04/2024

Anche quest'anno Federfarma Servizi sarà presente a [Cosmofarma](#) nello stand istituzionale dedicato alla farmacia di comunità che accanto a...

> **Sanità territoriale: ruolo della farmacia sempre più centrale. Mirone a Cosmofarma: pronti a sostenere evoluzioni**

24/04/2024

Avvicinare la popolazione alla diagnosi e alla cura. È questa la sfida del prossimo periodo per il Servizio sanitario nazionale che deve passare...

> **Sistema Farmacia Italia: grande interesse per le progettualità presentate a Cosmofarma**

24/04/2024

Sistema Farmacia Italia - il network di farmacie indipendenti creato da Federfarma e Federfarma Servizi con la guida di FederFARMA.CO dallo...

> **Vaccini, al via la settimana mondiale. Focus sul ruolo delle farmacie e della distribuzione intermedia**

24/04/2024

Humanly Possible - salvare vite con

Resta aggiornato:

INSIDE
MARKETING

Cerca...

ADV

ADV

24 Aprile 2024 Campagne 2' di lettura [Redazione](#)

Così Sony Pictures Italia promuove l'arrivo di "Garfield - Una missione gustosa"



Fonte: materiali stampa.

Per l'uscita di "Garfield - Una missione gustosa" sono state promosse diverse iniziative di marketing da Sony Picture Italia, Haliborange e Pizzum: da pubblicità transit a influencer marketing.

ADV

ADV

Per l'arrivo nelle sale cinematografiche, 1° maggio 2024, di "Garfield – Una missione gustosa" sono state ideate originali iniziative di marketing firmate dall'agenzia [Wepromo](#).

Per dare visibilità al nuovo film sono nate, in particolare, una [partnership](#) tra Sony Pictures Italia e [Haliborange](#) e tra la casa di produzione e distribuzione cinematografica e [Pizzium](#).

LA COLLABORAZIONE TRA SONY PICTURES ITALIA E HALIBORANGE PER "GARFIELD –

INTERVISTE



ILARIA ZAMPORI



Laura Copelli - SEO specialist e...
Alcuni consigli di Laura Copelli per i professionisti in ambito SEO



Stefano Brigli Bongi - Kampaay...
La piattaforma digitale per l'organizzazione di eventi Kampaay

ADV

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

101015

UNA MISSIONE GUSTOSA”

Haliborange, [brand](#) di integratori, e [Sony Pictures Italia](#) hanno dato vita alla campagna “Crescere divertendosi con Haliborange e Garfield – Una missione gustosa”, lanciata durante la fiera [Cosmofarma](#) di Bologna.



Fonte: materiali stampa.

Per la campagna, attiva dal 19 aprile 2024 e fino a metà giugno 2024, sono previste diverse iniziative: l’invio di **speciali box** a centinaia di famiglie italiane, una campagna di [influencer marketing](#), attività e **adv sui** [social media](#) e uno **spot**, on air nelle sale cinematografiche dal 25 aprile all’8 maggio 2024.

Da quanto riportato nella nota stampa diffusa da Sony Pictures Italia, in alcune farmacie e parafarmacie italiane, inoltre, sono previste specifiche **giornate promozionali**.

LA PARTNERSHIP TRA PIZZIUUM E SONY PICTURES ITALIA

Per quanto riguarda, invece, la collaborazione tra Pizzium e Sony Pictures Italia per promuovere il nuovo film, dal 16 aprile 2024, le 50 pizzerie del brand presenti in vari luoghi italiani presenteranno al pubblico **oggetti personalizzati** (dalle box della pizza alle tovagliette) con **riferimenti al nuovo film**.

ADV

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

101015



Fonte: materiali stampa.

In particolare, una nuova pizza, la “**Pizza Garfield**”, arricchisce il menù delle pizzerie.

Tra le altre iniziative di marketing volte a creare aspettativa per l’arrivo del film “Garfield – Una missione gustosa”, è pianificata **pubblicità transit** a Roma e a Milano dal 22 aprile al 2 giugno 2024, con messaggi pubblicitari apposti sugli autobus e presenza della **mascotte di Garfield** a intrattenere ragazzi e bambini al **Comicon di Napoli** dal 25 al 28 aprile 2024.

SULLO STESSO ARGOMENTO

Un enorme cubo di ghiaccio per promuovere il film “Ghostbusters – Minaccia Glaciale”

Altre notizie su: [Haliborange](#) [Pizzium](#) [Sony Pictures](#) [Wepromo](#)

© RIPRODUZIONE RISERVATA È VIETATA LA RIPUBBLICAZIONE INTEGRALE DEI CONTENUTI

Resta aggiornato!

Iscriviti **gratuitamente** per essere informato su notizie e **offerte esclusive** su corsi, eventi, libri e strumenti di marketing.

Newsletter

Telegram



Cosmofarma 2024: la trasformazione digitale della farmacia. L'intervista ad Alessandro Avezza, Compu

Home » Aziende » **Cosmofarma** 2024: la trasformazione digitale della farmacia. L'intervista ad Alessandro Avezza, CompuGroup Medical Italia

Cosmofarma 2024: la trasformazione digitale della farmacia. L'intervista ad Alessandro Avezza, CompuGroup Medical Italia

Pubblicato 24 Aprile 2024 24 Aprile 2024 Redazione

Chiara Romeo

La farmacia dei servizi negli ultimi anni ha cambiato in molti modi il lavoro del farmacista in farmacia. Questa trasformazione, insieme alle nuove possibilità offerte dalle novità tecnologiche, ha creato nuove esigenze nei gestionali della farmacia, che devono coordinare la dispensazione del farmaco e quella dei servizi, dalla telemedicina ai programmi informatici delle regioni. In occasione di **Cosmofarma** Exhibition 2024, PharmaRetail ha partecipato all'evento di lancio delle nuove soluzioni di CGM offerte al farmacista per accompagnare l'evoluzione digitale della farmacia e ha intervistato Alessandro Avezza (nella foto), Area Vice President Italia e Country Manager di CGM.

A **Cosmofarma** avete presentato diverse soluzioni tecnologiche, quali sono?

Abbiamo presentato CGM Pharmsuite, la suite integrata con il gestionale della farmacia Wingsfar, il più adottato dalle farmacie italiane, e il nuovo CGM Stella Store, l'innovativo software realmente cloud di terza generazione per parafarmacie. Oltre al gestionale, che è il motore di CGM Pharmsuite, sono disponibili otto moduli aggiuntivi integrati: dalla business intelligence per prendere decisioni strategiche analizzando dati della farmacia e i trend di mercato, alle soluzioni di fatturazione elettronica e archiviazione a norma di tutta la documentazione della farmacia, dalla gestione completa dei servizi di telemedicina, al consenso informato digitale, fino agli strumenti di marketing per comunicare in maniera più efficace con l'utente, ai programmi di fidelizzazione e alle soluzioni che velocizzano il percorso d'acquisto riducendo le file al banco.

Che cosa accomuna queste nuove soluzioni per la farmacia?

L'idea di fondo è di proporre un sistema integrato di soluzioni basato sulla nuova tecnologia e sugli strumenti di intelligenza artificiale, che permetta al farmacista di svolgere al meglio il suo lavoro: non doversi preoccupare di lavorare su piattaforme diverse - e quindi di digitare i dati su più sistemi, dati che poi non si interfacciano tra loro - ma di avere un'unica piattaforma che è in grado di portare avanti tutta l'attività della farmacia moderna. Il farmacista oggi non fa più solo la dispensazione del farmaco, ma deve fornire servizi. Quindi diventa fondamentale la parte di gestione del paziente e la fidelizzazione. La nostra soluzione è un vero sistema integrato che aiuta nel lavoro quotidiano della farmacia.

Questa soluzione tecnologica come si integra nella farmacia dei servizi?

La farmacia era in passato principalmente un'attività di tipo logistico distributivo. Oggi sta cambiando pelle, anzi ha già cambiato pelle, perché ha affiancato alla parte logistica distributiva la parte di erogazione di servizi sanitari. Per erogare i servizi però il farmacista deve cambiare completamente l'impostazione: non è possibile "fare magazzino dei servizi" come si fa con i farmaci, perché i servizi hanno la caratteristica che devono essere forniti nel momento in cui vengono richiesti.

Dunque il farmacista ha bisogno di strumenti che siano integrati, facili, moderni, innovativi, anche grazie all'intelligenza artificiale, che lo aiutino a fare il lavoro di oggi della farmacia. Per quanto riguarda la telemedicina, questa viene integrata nel sistema sia con l'esecuzione degli esami diagnostici, i device, e la tele-refertazione.

L'interfaccia e la fruibilità di questi servizi sono facili e per tutti? Richiedono una formazione particolare?

L'interfaccia semplice e intuitiva per tutti i prodotti della suite riduce al minimo le esigenze di formazione del farmacista che, una volta appreso l'utilizzo di uno dei software integrati alla piattaforma, saprà muoversi con facilità e velocità all'interno dell'ecosistema di CGM Pharmsuite, risparmiando tempo e risorse da dedicare ai pazienti.

In questo periodo si parla molto di Intelligenza artificiale: come è stata inserita nel vostro software?



L'intelligenza artificiale è alla base delle nostre soluzioni tecnologiche, ma quella che vede una maggiore applicazione è ASK Stella, l'assistente Virtuale che sfrutta l'Intelligenza Artificiale Generativa (RAG) integrato con il gestionale, in grado di supportare il farmacista nell'attività di counselling grazie alla ricerca e interpretazione delle informazioni sui medicinali, per esempio informazioni sulla posologia, effetti indesiderati, interazioni tra farmaci e stili di vita del paziente. Questa si affianca alle altre soluzioni sviluppate da CGM, basate su algoritmi di IA, che consentono la completa automazione del processo di riordino e di ottimizzare la gestione del magazzino. Si tratta di un vero e proprio assistente virtuale, un aiuto al farmacista per utilizzare il sistema: per esempio, è in grado di integrare le informazioni del meteo e suggerire, in caso di un periodo di maltempo, di aumentare in magazzino le scorte di farmaci per tosse e raffreddore.

(Visited 6 times, 6 visits today)

Settimana della salute: tutti i numeri di **Cosmofarma** ed Exposanita'

Settimana della salute: tutti i numeri di **Cosmofarma** ed Exposanita'

Publicato il: 23 Aprile 2024 |

Redazione AboutPharma

Oltre 400 aziende partecipanti, quasi 30 mila visitatori e più di 150 appuntamenti. Sono i numeri che hanno caratterizzato l'edizione 2024 di **Cosmofarma** che si è svolta dal 19 al 21 aprile.



Il filo conduttore della 27esima edizione è stato il valore umano come elemento caratterizzante delle professioni sanitarie.

Al centro del dibattito anche l'evoluzione della farmacia che si conferma come presidio sanitario integrato nel Ssn e amplia la sua capacità di risposta in termini di servizi erogati al cittadino.

Confronto tra esperti del settore

"Siamo orgogliosi che **Cosmofarma** sia stata luogo di confronto che ha favorito la trasformazione della farmacia da tradizionale a farmacia dei servizi e che si confermi un momento in cui le aziende vogliono esserci. È stata un'occasione per riunire la grande community che anima il settore, per mettere al centro il valore umano e guardare con slancio al futuro. Questo ci porta sin da ora a lavorare alla prossima edizione con entusiasmo" ha commentato Francesca Ferilli, direttore generale di Bologna fiere senaf (Bos).

Una comunità animata

"La straordinaria partecipazione dei colleghi farmacisti alla fiera e ai tanti appuntamenti convegnistici che hanno animato questa edizione di **Cosmofarma** Exhibition conferma il valore di una comunità professionale appassionata, consapevole del ruolo svolto per la collettività e desiderosa di fare sempre di più per la tutela della salute degli italiani. C'è grande orgoglio per i risultati che abbiamo ottenuto e un rinnovato impegno per gli ulteriori obiettivi che insieme possiamo raggiungere per far crescere la professione, rilanciare la sanità territoriale e rendere più forte il nostro Servizio sanitario nazionale" ha dichiarato Andrea Mandelli, presidente della Federazione degli ordini dei farmacisti italiani (Fofi).

Evoluzione della farmacia accolta con entusiasmo

"La grande affluenza di quest'anno a **Cosmofarma** dimostra che l'evoluzione della farmacia è stata accolta con grande entusiasmo da tanti colleghi." dichiara Marco Cossolo presidente di Federfarma nazionale. "Questo appuntamento continua ad essere una preziosa opportunità di incontro, riflessione e confronto tra i professionisti del settore, per analizzare il presente e progettare il futuro. Con la consapevolezza dell'importante ruolo che la rete delle farmacie ha nella riorganizzazione dell'assistenza sanitaria territoriale".

L'evoluzione della filiera farmaceutica

Luigi D'Ambrosio Lettieri, presidente di Fondazione Francesco Cannavò, ha aggiunto: "Ancor più che nel passato **Cosmofarma** 2024 ha saputo intercettare gli evidenti segnali di evoluzione che si registrano nell'intera filiera farmaceutica: dalla ricerca scientifica alla produzione, dalla distribuzione alla dispensazione. Farmacista e farmacia sono protagonisti indiscussi di questo processo e ne sono interpreti attivi. Le proficue sinergie già esistenti si sono ancor più consolidate nelle tre giornate congressuali che hanno registrato una straordinaria partecipazione di attori del settore".

"Anche per l'energica spinta di importanti processi di innovazione, le istituzioni, il mondo dell'impresa e la comunità scientifica e professionale hanno saputo delineare una prospettiva incoraggiante per il futuro del Ssn, per il ruolo strategico del farmacista e per la funzione della farmacia italiana. La Fondazione Francesco Cannavò, in sintonia con Fofi, Federfarma, Sunifar e Utifar e in collaborazione con Bos e Bologna Fiere, ha fornito il proprio contributo progettuale per garantire il buon esito dei lavori e per il sostegno a questo straordinario rinascimento che accompagna l'antica storia della farmacia".

Così Eugenio Leopardi, presidente di Utifar: "**Cosmofarma** si conferma un fondamentale momento di incontro tra colleghi e farmacisti, istituzioni e aziende. L'importante presenza ai convegni testimonia la necessità da parte della categoria di acquisire notizie sul futuro della professione e della propria attività." L'appuntamento con la prossima edizione di **Cosmofarma** è dall'11 al 13 Aprile 2025.



Bene anche Expo Sanità

Numeri positivi anche per Exposanità: 450 aziende, oltre 200 convegni e 21.450 visitatori, i dati dell'edizione 2024, che si è svolta a Bolognafiere dal 17 al 19 aprile.

Nella tre giorni sono stati affrontati tutti i temi cruciali della sanità italiana, a cominciare dalla crisi delle risorse e del capitale umano, sia per ciò che riguarda il reclutamento dei medici, sia degli infermieri. Tra i tre temi affrontati anche digitalizzazione, la ridefinizione del setting di cura e il pronto soccorso, la riabilitazione, la terza età.

Marilena Pavarelli, project manager di Exposanità: "Con Exposanità 2024 abbiamo voluto lanciare un messaggio inequivocabile rispetto alla necessità di preservare i servizi sanitari e socio sanitari e di farlo, innanzitutto, attraverso la valorizzazione del personale. Solo attraverso un profondo coinvolgimento dei professionisti, un utilizzo di quanto lo sviluppo tecnologico ci offre e rigorose attività di gestione e organizzazione si potranno garantire standard qualitativamente e quantitativamente in linea con una domanda di salute sempre in crescita. Exposanità 2024 si conferma come occasione privilegiata per discutere lo sviluppo del settore e le proposte del mercato". L'appuntamento con la prossima edizione di Exposanità è per il 2026.

Cosmofarma 2024 chiude con successo

🕒 23 Aprile 2024 📁 CORSI, CONVEGNI & INIZIATIVE



Con oltre 400 aziende partecipanti e 29.811 visitatori, si è conclusa con successo la 27esima edizione di [Cosmofarma](#), la manifestazione leader del settore dell'Health Care, del Beauty Care e di tutti i servizi legati al mondo della farmacia che si è svolta dal 19 al 21 aprile. Il filo conduttore dell'edizione 2024 è stato il valore umano come valore aggiunto nelle professioni sanitarie.

L'evoluzione della farmacia

Oltre 150 gli appuntamenti ai quali hanno partecipato politici, esperti, aziende, docenti, enti di ricerca, professionisti, associazioni di categoria. Al centro l'evoluzione della farmacia che si conferma come presidio sanitario integrato nel SSN e amplia la sua capacità di risposta in termini di servizi erogati al cittadino.

"Siamo orgogliosi che [Cosmofarma](#) sia stata luogo di confronto che ha favorito la trasformazione della farmacia da tradizionale a farmacia dei servizi e che si confermi un momento in cui le aziende vogliono esserci. E' stata un'occasione per

MAGAZINE



ADV



ADV



ADV



ADV

riunire la grande community che anima il settore, per mettere al centro il valore umano e guardare con slancio al futuro. Questo ci porta sin da ora a lavorare alla prossima edizione con entusiasmo" ha commentato **Francesca Ferilli**, direttore generale BOS. 2 "La straordinaria partecipazione dei colleghi farmacisti alla fiera e ai tanti appuntamenti convegnistici che hanno animato questa edizione di **Cosmofarma Exhibition** conferma il valore di una comunità professionale appassionata, consapevole del ruolo svolto per la collettività e desiderosa di fare sempre di più per la tutela della salute degli italiani. C'è grande orgoglio per i risultati che abbiamo ottenuto e un rinnovato impegno per gli ulteriori obiettivi che insieme possiamo raggiungere per far crescere la professione, rilanciare la sanità territoriale e rendere più forte il nostro Servizio Sanitario Nazionale" ha dichiarato **Andrea Mandelli**, presidente della Federazione degli Ordini dei Farmacisti Italiani (FOFI).

"La grande affluenza di quest'anno a **Cosmofarma** dimostra che l'evoluzione della farmacia è stata accolta con grande entusiasmo da tanti colleghi." Dichiarò **Marco Cossolo** presidente di Federfarma nazionale. "Questo appuntamento continua ad essere una preziosa opportunità di incontro, riflessione e confronto tra i professionisti del settore, per analizzare il presente e progettare il futuro. Con la consapevolezza dell'importante ruolo che la rete delle farmacie ha nella riorganizzazione dell'assistenza sanitaria territoriale."

Luigi D'Ambrosio Lettieri, Presidente di Fondazione Francesco Cannavò, commenta: "Ancor più che nel passato **Cosmofarma 2024** ha saputo intercettare gli evidenti segnali di evoluzione che si registrano nell'intera filiera farmaceutica: dalla ricerca scientifica alla produzione, dalla distribuzione alla dispensazione. Farmacista e farmacia sono protagonisti indiscussi di questo processo e ne sono interpreti attivi. Le proficue sinergie già esistenti si sono ancor più consolidate nelle tre giornate congressuali che hanno registrato una straordinaria partecipazione di attori del settore. Anche per l'energica spinta di importanti processi di innovazione, le istituzioni, il mondo dell'impresa e la comunità scientifica e professionale hanno saputo delineare una prospettiva incoraggiante per il futuro del SSN, per il ruolo strategico del farmacista e per la funzione della farmacia italiana. La Fondazione Francesco Cannavò, in sintonia con Fofi, Federfarma, Sunifar e Utifar e in collaborazione con BOS e Bologna Fiere, ha fornito il proprio contributo progettuale per garantire il buon esito dei lavori e per il sostegno a questo straordinario "rinascimento" che accompagna l'antica storia della farmacia".

Così **Eugenio Leopardi**, presidente di UTIFAR: "**Cosmofarma** si conferma un fondamentale momento di incontro tra colleghi e farmacisti, istituzioni e aziende. L'importante presenza ai convegni testimonia la necessità da parte della categoria di acquisire notizie sul futuro della professione e della propria attività."

L'appuntamento con la prossima edizione di **Cosmofarma** è dall'11 al 13 Aprile 2025.

Related Posts:

1. **Oltre 400 espositori a Cosmofarma Exhibition 2019.**
2. **Edizione record di Cosmofarma Exhibition.**



ADV

11.14 MAY 2024
43rd EDITION

ADV



ADV

MILAN RETAIL STORE
il blog sul visual merchandising

ADV

Beesness

ADV

retail design blog

23 Aprile 2024 04:20

Cosmofarma, Mandelli (Fofi): «Farmacisti puntano su prevenzione e digitale per promuovere salute e sostenibilità del Ssn»

Il punto con Andrea Mandelli, presidente della Fofi, alla tavola rotonda “L’evoluzione della farmacia e del farmacista tra nuovi servizi e dispensazione del farmaco” a [Cosmofarma](#).



«Un farmacista che rafforza il proprio ruolo qualificato di dispensatore del farmaco e sempre più presidio fondamentale per le attività di prevenzione e diagnosi precoce, a tutto vantaggio dei pazienti e della sostenibilità del Servizio sanitario nazionale. Un percorso di evoluzione straordinario tra digitalizzazione, nuovi servizi e nuove competenze professionali, che i colleghi hanno accolto con grande entusiasmo per affermarsi come motore di quella sanità territoriale che rappresenta il futuro con cui i cittadini dovranno approcciarsi al Ssn». È il commento di [Andrea Mandelli](#), presidente della



Federazione degli ordini dei farmacisti italiani (Fofi), a margine della tavola rotonda «L'evoluzione della farmacia e del farmacista tra nuovi servizi e dispensazione del farmaco» che si è svolta questa a Bologna, nell'ambito di [Cosmofarma](#) 2024.

[Se non vuoi perdere tutte le novità iscriviti gratis alla newsletter di FarmaciaVirtuale.it. Arriva nella tua casella email alle 7 del mattino. [Apri questo link](#)]

Le nuove frontiere della professione

Come spiegato da Mandelli «il trasferimento della dispensazione di alcune categorie di farmaci dall'ospedale al territorio e la semplificazione dell'assistenza farmaceutica ai pazienti cronici contribuiranno ad accrescere ulteriormente le competenze del farmacista sotto il profilo dell'innovazione terapeutica e a rafforzare la "relazione di cura" con il paziente. Vaccinazioni, analisi di prima istanza e telemedicina sono le nuove frontiere della professione, che consentiranno al farmacista e alla farmacia di prossimità di affermarsi sempre più come un presidio di prevenzione e monitoraggio costante del paziente per intercettare tempestivamente eventuali parametri critici indicativi della presenza di condizioni patologiche su cui intervenire, contribuendo così a ridurre il peso della malattia sui pazienti e sul Ssn».

Attenzione alla qualità del servizio offerto al cittadino

Mandelli ha poi sottolineato che «potenziamento delle attività di prevenzione, utilizzo degli strumenti di intelligenza artificiale per rispondere alla crescente complessità dell'assistenza, attenzione alla qualità del servizio offerto al cittadino e interventi per rendere più attrattiva la professione sono le direttrici su cui la Federazione è al lavoro per continuare nel percorso di evoluzione della figura del farmacista e consolidare il ruolo centrale della professione per il futuro della sanità italiana».

© Riproduzione riservata

Non perdere gli aggiornamenti sul mondo della farmacia

Riceverai le novità sui principali fatti di attualità.

[ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER](#)

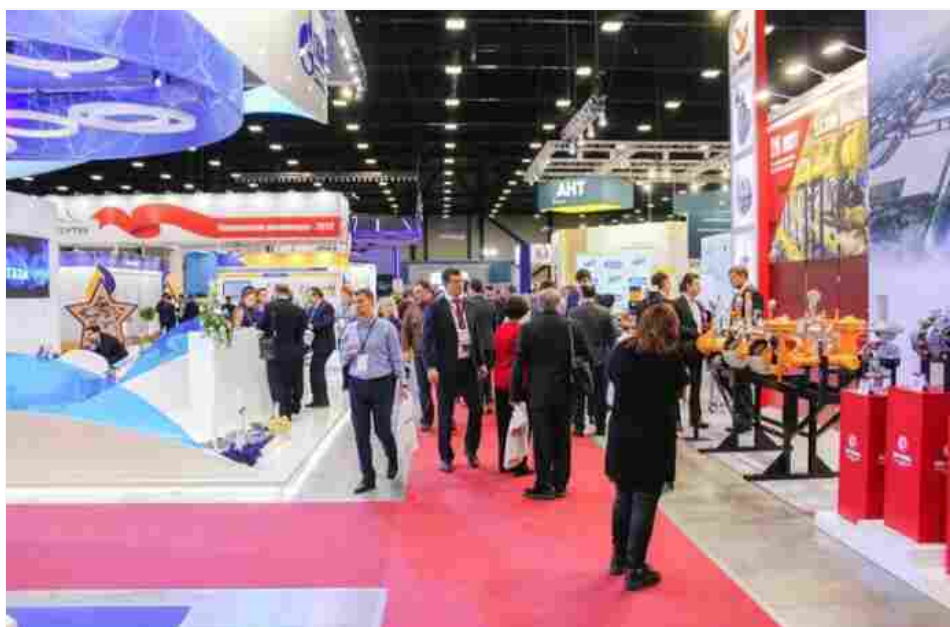
Puoi annullare l'iscrizione con un click. [Non condivideremo mai il tuo indirizzo email con terzi.](#)

ARTICOLI CORRELATI

23 Aprile 2024 04:15

Successo per **Cosmofarma**: oltre 400 aziende e quasi 30mila presenze

Cosmofarma si è confermato come evento leader nel settore: i numeri dell'edizione 2024. Prossimo appuntamento dall'11 al 13 aprile 2025.



Con oltre 400 aziende partecipanti e 29.811 visitatori, si è conclusa con successo la ventisettesima edizione di **Cosmofarma**, manifestazione leader del settore dell'health care, del beauty Care e di tutti i servizi legati al mondo della farmacia che si è svolta dal 19 al 21 aprile. Il filo conduttore dell'edizione 2024 è stato il valore umano come valore aggiunto nelle professioni sanitarie. Più di 150 gli appuntamenti ai quali hanno partecipato politici, esperti, aziende, docenti, enti di ricerca, professionisti, associazioni di categoria. Al centro l'evoluzione della farmacia che si conferma come presidio sanitario integrato nel Ssn e amplia la sua capacità di risposta in termini di servizi erogati al cittadino.

[Se non vuoi perdere tutte le novità iscriviti gratis alla newsletter di FarmaciaVirtuale.it. Arriva nella tua casella email alle 7 del mattino. [Apri questo link](#)]



Risorse e capitale umano in ambito sanitario

[Francesca Ferilli](#), direttore Bos, ha commentato positivamente il successo di [Cosmofarma](#) e di Exposanità, sottolineando che «per la società che rappresento, ritengo che la scelta di porre l'attenzione sulle risorse e sul capitale umano in ambito sanitario sia stata vincente e perfettamente rispondente alle aspettative dei due settori di riferimento. Non solo l'affluenza e la partecipazione ai tanti momenti di approfondimento, ma la qualificata presenza delle aziende conferma la direzione intrapresa. Ringrazio tutti coloro che hanno contribuito a questo risultato». Ferilli ha sottolineato di essere «orgogliosi che [Cosmofarma](#) sia stata luogo di confronto che ha favorito la trasformazione della farmacia da tradizionale a farmacia dei servizi e che si confermi un momento in cui le aziende vogliono esserci. È stata un'occasione per riunire la grande community che anima il settore, per mettere al centro il valore umano e guardare con slancio al futuro. Questo ci porta sin da ora a lavorare alla prossima edizione con entusiasmo».

Valore di una comunità professionale appassionata

[Andrea Mandelli](#), presidente della Federazione degli ordini dei farmacisti italiani (Fofi), ha spiegato che «la straordinaria partecipazione dei colleghi farmacisti alla fiera e ai tanti appuntamenti convegnistici che hanno animato questa edizione di [Cosmofarma](#) Exhibition conferma il valore di una comunità professionale appassionata, consapevole del ruolo svolto per la collettività e desiderosa di fare sempre di più per la tutela della salute degli italiani. C'è grande orgoglio per i risultati che abbiamo ottenuto e un rinnovato impegno per gli ulteriori obiettivi che insieme possiamo raggiungere per far crescere la professione, rilanciare la sanità territoriale e rendere più forte il nostro Servizio sanitario nazionale».

Cossolo: «Evoluzione della farmacia è stata accolta con grande entusiasmo»

Per [Marco Cossolo](#), presidente di Federfarma, «la grande affluenza di quest'anno a [Cosmofarma](#) dimostra che l'evoluzione della farmacia è stata accolta con grande entusiasmo da tanti colleghi. Questo appuntamento continua ad essere una preziosa opportunità di incontro, riflessione e confronto tra i professionisti del settore, per analizzare il presente e progettare il futuro. Con la consapevolezza dell'importante ruolo che la rete delle farmacie ha nella riorganizzazione dell'assistenza sanitaria territoriale».

«Prospettiva incoraggiante per il futuro del Ssn»

Secondo [Luigi d'Ambrosio Lettieri](#), presidente della Fondazione Francesco Cannavò, «ancor più che nel passato [Cosmofarma](#) 2024 ha saputo intercettare gli evidenti segnali di evoluzione che si registrano nell'intera filiera farmaceutica: dalla ricerca scientifica alla produzione, dalla distribuzione alla dispensazione. Farmacista e farmacia sono protagonisti indiscussi di questo processo e ne sono interpreti attivi. Le proficue sinergie già esistenti si sono ancor più consolidate nelle tre giornate congressuali che hanno registrato una straordinaria partecipazione di attori del settore. Anche per l'energica spinta di importanti processi di innovazione, le istituzioni, il mondo dell'impresa e la comunità scientifica e professionale hanno saputo delineare una prospettiva incoraggiante per il futuro del Ssn, per il ruolo strategico del farmacista e per la funzione della farmacia italiana. La Fondazione Francesco Cannavò, in sintonia con Fofi, Federfarma, Sunifar e Utifar e in collaborazione con Bos e Bologna Fiere, ha fornito il proprio contributo progettuale per garantire il buon esito dei lavori e per il sostegno a questo straordinario "rinascimento" che accompagna l'antica storia della farmacia».

Acquisire notizie sul futuro della professione

[Eugenio Leopardi](#), presidente dell'Unione tecnica italiana farmacisti (Utifar) ha sottolineato

che [«Cosmofarma»](#) si conferma un fondamentale momento di incontro tra colleghi e farmacisti, istituzioni e aziende. L'importante presenza ai convegni testimonia la necessità da parte della categoria di acquisire notizie sul futuro della professione e della propria attività».

© Riproduzione riservata

Non perdere gli aggiornamenti sul mondo della farmacia

Riceverai le novità sui principali fatti di attualità.

Puoi annullare l'iscrizione con un click. Non condivideremo mai il tuo indirizzo email con terzi.

ARTICOLI CORRELATI



[Cosmofarma 2024](#), la Farmacia dei servizi come tassello del Ssn



Telemedicina in farmacia, i risultati dell'accordo Promofarma-Htn



Al via [Cosmofarma 2024](#): le attività e il programma dei convegni

FarmaciaVirtuale.it

FarmaciaVirtuale.it è un giornale online concepito per divulgare le conoscenze legate all'esercizio della professione del farmacista.

[BLOG](#) • [ESPERTO RISPONDE](#) • [NEWSLETTER](#)

FARMACISTA33

Professione Farmacista ▾ / Ricerca e cura ▾ / Prodotti e alimenti ▾ / Speciali e servizi ▾

Q / 33 ▾

< Home / Lavoro / farmacisti



FARMACISTI

23 Aprile 2024

FAMACISTI/

Ccnl farmacisti. Crescita stipendio e carriera: modifiche contrattuali percepite sostenibili dai titolari. Nuova survey Fenagifar

Stipendio e carriera, ruolo sanitario, conciliazione lavoro e vita privata sono i nodi per i farmacisti dipendenti. Per i titolari di farmacia migliorare il contratto non mette a rischio sostenibilità. I nuovi dati della survey di Fenagifar

di Francesca Giani



Crescita salariale e progressione di carriera, riconoscimento “nero su bianco” del ruolo sanitario, conciliazione vita lavorativa e vita privata. Sono questi gli ambiti di maggiore criticità relativi alle condizioni di lavoro avvertiti dai farmacisti dipendenti che contribuiscono alla crisi in atto e alla fuga dalla professione. A rilanciare i risultati della survey condotta tra i collaboratori in vista del rinnovo contrattuale è il Fenagifar che, in un ulteriore step di indagine, ha raccolto anche il percepito dei titolari di farmacia. Tra gli aspetti analizzati il livello di conoscenza degli strumenti introdotti dall'attuale contratto e la sostenibilità della farmacia nel caso di modifiche all'attuale contratto.

Resta aggiornato con noi!

La tua risorsa per news mediche, riferimenti clinici e formazione.

Iscriviti al servizio utilizzando il tuo account Medikey

Dichiaro di aver letto e accetto le condizioni di privacy

EVENTI/

[Vedi tutti](#)


farmacisti: dispensatori di S

Farmalavoro - I farmacisti: dispensatori di salute

Un incontro per parlare rilanciare la professione del Farmacista



Survey Fenagifar: primo motivo di insoddisfazione è il salario

«In vista della riapertura delle trattative per il rinnovo del Ccnl» che scade a fine agosto «abbiamo ritenuto importante raccogliere le esigenze e le principali criticità avvertite dai giovani farmacisti in merito alle attuali condizioni di lavoro» ha spiegato **Vladimiro Grieco**, presidente Fenagifar, durante l'evento "Giovani farmacisti e CCNL: analisi, confronto, azione" organizzato a **Cosmofarma**. «Attraverso l'indagine conoscitiva sottoposta nello scorso periodo a 2300 farmacisti - di cui il 90% è collaboratore e l'83,5% under 40 - sono emerse quattro criticità, che sono alla base di una insoddisfazione generale e che rappresentano alcune delle motivazioni della fuga dalla professione a cui stiamo assistendo». In cima alla lista, c'è la questione retributiva: «il 67,1% dei colleghi si ritiene poco o per niente soddisfatto del proprio salario. Si tratta di un tema delicato perché va a coinvolgere anche la sostenibilità della farmacia». Sul trend, «si innesta anche la recente indagine del Pgeu: il farmacista italiano risulta guadagnare di meno, se confrontato con i salari medi, negli anni, degli altri professionisti sanitari europei. Il gap, a seconda dei Paesi, può variare entro una forchetta compresa tra i 200 e i 270 euro in meno. Tale dato risulta essere stato parzialmente mitigato dalla introduzione, nel nuovo CCNL, del livello Q2, un importante risultato che, tuttavia, necessita ancora di essere approfondito. Gli italiani, per altro, risultano essere penalizzati da un sistema di tassazione ancora particolarmente elevato, rispetto ad altri paesi».

I percorsi di carriera e di crescita sono poco chiari

Un nodo rilevante è poi costituito dalla possibilità di crescita e di carriera: «Il 65,5% del campione intervistato non si sente motivato e non intravede un potenziale avanzamento di carriera all'interno della farmacia, e solo il 18,1% solo leggermente». Anche in questo caso, «la novità dell'Area Q2 ha influito positivamente, sia pure in misura ancora parziale. Resta, però, la sensazione di volerci vedere più chiaro in questo strumento, che appare ancora poco applicato e delineato».

Sul piatto c'è, poi, l'organizzazione del lavoro: «Il 76,3% dei colleghi non reputa che il lavoro si concili con la propria vita familiare o privata. È un aspetto importante, anche considerato che quasi l'80% dei farmacisti è donna e a volte mamma». In generale «i carichi di lavoro rappresentano una forte criticità, accanto a turni che spesso sono percepiti come massacranti». Alla luce di questo quadro, «l'80,3% dei colleghi cambierebbe lavoro nei prossimi anni 5 o comunque ci ha pensato».

La survey dei titolari: migliorare il contratto non mette a rischio sostenibilità. Q2 poco noto

Ma interessanti sono anche i risultati della Survey effettuata nei giorni scorsi attraverso interviste telefoniche a un campione di oltre 960 titolari di farmacia, per rilevare l'orientamento sulle criticità segnalate dai collaboratori e sulla possibilità di modificare alcuni aspetti del Ccnl. «Il campione è stato organizzato in under e over 40, per cogliere i diversi orientamenti legati anche a stili manageriali e imprenditoriali che possono essere differenti». Nello specifico, «a ritenere che il salario corrisposto ai collaboratori farmacisti in base all'attuale Ccnl non sia adeguato è il 79,9% degli under 40 e il 70,9% degli over 40. Per il 75,5% dei titolari under 40 la carenza di personale nel comparto delle farmacie è legata a un Ccnl poco attraente - lo pensa anche il 62% degli over 40 - e per l'87,1% dei titolari, senza distinzioni di età, un contratto che favorisca maggiormente avanzamenti di carriera in base ai meriti e all'impegno profuso potrebbe stimolare positivamente i dipendenti». Ad essere affrontato è poi il tema della sostenibilità per la farmacia in caso di cambiamenti al contratto: «il 63% ritiene che una eventuale modifica del contratto sarebbe sostenibile per la farmacia».

Ma di particolare interesse è poi l'analisi del livello di conoscenza e utilizzo di «alcune previsioni contrattuali che possono rappresentare un sostegno

focalizzando sul ruolo chiave del professionista, in diversi ambiti di lavoro, valorizzare la figura del farmacista nella società, invogliare i giovani a...

23/04/2024

Roma (RM)



AZIENDE



Giornata Mondiale Del Diabete

A cura di **PIC Solution**



PARLAMENTO

False recensioni e influencer sotto la lente del Garante Antitrust. La novità del Whistleblowing

I contenuti della relazione che il presidente dell'Antitrust Roberto Rustichelli ha presentato a Montecitorio. Tra i punti ricordati le disposizioni relative alla galenica, gli interventi sulle...

A cura di **Francesca Gianì**

LIBRERIA



al reddito e strumenti di progressione di carriera: a emergere è che la metà dei titolari non sa che nell'attuale contratto è previsto il livello quadro Q2 e solo uno su quattro dichiara di averlo assegnato». Altro ambito su cui la conoscenza è da costruire è il «welfare aziendale: il 53,3% non sa cosa sia e il 20% del campione crede che corrisponda ai buoni pasto».

La piattaforma di Fenagifar per raccogliere le istanze dei giovani farmacisti

Da qui le proposte già elaborate da Fenagifar e sottoposte a petizione: prima tra tutte «il riconoscimento del ruolo di operatore sanitario. Al di là della forma contrattuale, la necessità è di mettere nero su bianco che siamo professionisti sanitari. Come emerge, è quanto mai necessario definire con più chiarezza e omogeneità i criteri di accesso al livello Q2, nonché prevedere ulteriori livelli di progressione, in modo da delineare veri percorsi di crescita professionale e salariale. Per garantire poi un aumento retributivo, va implementato l'ambito dei premi di merito e di risultato, con obiettivi e numeriche chiare. In questo senso, di supporto può essere il welfare aziendale, che va reso strutturale. C'è poi la formazione, che va tutelata e incentivata. Una proposta potrebbe essere quella di prevedere ore di permesso per la formazione Ecm, analoghe a quello per lo studio. Le proposte, frutto di un lavoro di condivisione con i giovani farmacisti e ulteriormente sottoposte a petizione, confluiranno in un Documento che verrà consegnato agli organi di categoria, alla rappresentanza sindacale, a Federfarma, come piattaforma che rappresenti le istanze dei giovani farmacisti».

TAG: CONTRATTO COLLETTIVO NAZIONALE DI LAVORO (CCNL), RINNOVO DEL CONTRATTO, FARMACIE PRIVATE, FARMACISTI

Se l'articolo ti è piaciuto rimani in contatto con noi sui nostri canali social seguendoci su:



Oppure rimani sempre aggiornato in ambito farmaceutico iscrivendoti alla nostra newsletter!

ISCRIVITI

POTREBBERO INTERESSARTI ANCHE

16/04/2024

LAVORO

Ccnl e contributi obbligatori: nuove indicazioni su modalità e tempistica di pagamento a Ebifarm

Rinnovate le indicazioni per la contribuzione all'Ente bilaterale prevista dal contratto nazionale delle farmacie private, che è obbligatoria. Anche per quest'anno vengono confermate le...

A cura di **Francesca Giani**

11/04/2024

LAVORO

Ecm. Manuale aggiornato e nuove regole su Dossier formativo. Novità per i farmacisti nelle ultime delibere

Ci sono delle novità emerse dalle ultime riunioni della Commissione nazionale Ecm, che ribadiscono anche le modalità di conteggio dei crediti da spostamento ...

A cura di **Francesca Giani**



FITOTERAPIA E OMEOPATIA. MODERNE TERAPIE MEDICHE - Farmacognosia e tossicologia di 200 bioterapici

A cura di

Ginevra Giannantonio premiata "giovane farmacista dell'anno" a Cosmofarma 2024 grazie al progetto "Pharmilia"

di Francesca Balestrieri

2 Minuti di Lettura

Martedì 23 Aprile 2024, 07:00



Articolo riservato agli abbonati

Ginevra Giannantonio di Latina è stata premiata come giovane farmacista dell'anno durante la cerimonia Innovation & Research Award, tenutosi a Cosmofarma 2024. Il riconoscimento le è stato attribuito grazie al progetto "Pharmilia" nel quale ha sviluppato un'idea di farmacia dei servizi specializzata nella cura e presa in carico mamme e dei bambini.

Il progetto

«Pharmilia nasce da un'attenta osservazione del mercato delle mamme e dei bambini nelle farmacie. Attraverso un lavoro diretto al banco, è emerso un quadro chiaro: le donne, soprattutto durante la gravidanza e nella cura dei propri figli, sono il fulcro delle decisioni sulla salute familiare. In Italia, le mamme con figli fino a 14 anni rappresentano un vasto segmento di mercato, con una frequenza di visita alle farmacie pari a circa due volte al mese. Nonostante questa base solida, negli ultimi anni si è assistito a un declino progressivo delle vendite di prodotti per mamme e bambini nelle farmacie. Tale calo è stato alimentato dalla crescente concorrenza di altri canali di vendita, come le parafarmacie, le grandi catene di distribuzione, i supermercati e i negozi specializzati per bambini».

APPROFONDIMENTI



LATINA
Vecchioni in concerto a Sabaudia il 17 agosto



LATINA
Latina, 25enne trovata morta a Formia in un



LATINA
Latina, falso fisioterapista

«Tuttavia – come specificato nelle motivazioni del premio – nonostante queste sfide e l'evoluzione del mercato, il segmento delle mamme e dei bambini rimane un'opportunità preziosa per le farmacie, richiedendo un approccio strategico che si concentri sulla fornitura di servizi specializzati e su un'attenzione personalizzata alle esigenze specifiche di questa clientela. Pharmilia rappresenta proprio un punto specializzato dove poter trovare farmacisti formati per un consiglio professionale adeguato e per usufruire di servizi specifici per la donna durante la gravidanza, il post parto e per la salute dei bambini».

Una delle chiavi del successo di questo progetto è stata l'integrazione con altri professionisti della salute, pediatrici, ostetriche, psicologi infermieri, nel proprio network. Questa collaborazione permette di offrire una gamma più ampia di servizi e consulenze, promuovendo un approccio olistico alla salute dei pazienti.

«L'obiettivo – spiega Ginevra Giannantonio – non è solo di migliorare l'esperienza dei pazienti all'interno della farmacia, ma anche di diventare un punto di riferimento per le famiglie. La farmacia diventa così un porto sicuro dove le mamme possono trovare sostegno, informazioni e consulenze professionali per sé e per i propri figli».

Guardando al futuro, la dottoressa Giannantonio mira a estendere il proprio modello in tutta Italia, creando una rete di "Punti Pharmilia" gestiti da farmacisti specializzati nella salute della donna e dei bambini. Questi punti offriranno un ambiente dedicato, la "stanza Pharmilia", dove verranno erogati servizi specifici per mamme e bambini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LEGGI ANCHE

1057
FASHION JOBSHERMES ITALIE S.P.A.
Stock Operations Manage...
TEMPO INDETERMINATO - MILANOPECMNA SPA
Direttore Logistica
TEMPO INDETERMINATO - NOLALPP ITALY SRL
Opening Coordinator Sins...
TEMPO INDETERMINATO - MILANOYVES SAINT LAURENT MANI...
Saint Laurent Addetto/a ...
TEMPO INDETERMINATO - SCANDICCIBALEN...
Baleno...
TEMPO IN...

MENÙ ITALIA

FASHION
NETWORK

CONNESSIONE ISCRIZIONE

BUSINESSDISTRIBUZIONEILATECREAZIONECOMUNICAZIONINDUSTRYINNOVAZIONEOLLEZIONEEOPLE EVENTI NOMI

PAGINA INIZIALE > NOTIZIE > DISTRIBUZIONE

DI



Elena Passeri

FASHION
NETWORK

Laura Galbiati

PUBBLICATO IL

23 apr 2024

TEMPO DI

LETTURA

4 minuti

Bios Line apre in Spagna la prima filiale estera e cresce del 7,5%

Importanti novità per Bios Line - azienda padovana specializzata nella ricerca, formulazione e distribuzione di integratori e cosmetici a base di estratti vegetali – che lo scorso gennaio ha aperto la sua prima filiale estera in Spagna, a Barcellona, mercato che conta una rete di circa 20.000 farmacie. A raccontarci i nuovi progetti della società in occasione di **Cosmofarma** è dtato Carlo Grossi, primo Direttore Generale di Bios Line, in carica da poco più di un anno.



Il nuovo prodotto
contro l'acidità di
stomaco della linea
Principium

“Nel 2021, per sostenere la crescita impetuosa dell'azienda – che negli ultimi 10 anni ha più che raddoppiato il fatturato – l'Amministratore Unico Paolo Tramonti ha ceduto una quota di minoranza di Bios Line alla holding di investimento Palladium”, ci spiega il manager.

“Dall'operazione è partita una riorganizzazione della società volta a inserire nuove competenze manageriali per sostenerne lo sviluppo sia in Italia che all'estero. Siamo presenti in 40 mercati tramite distributori, ora la strategia è di aprire filiali dirette nei mercati chiave. Siamo partiti dalla Spagna, i prossimi step potrebbero essere Francia e Germania, sia con un approccio tradizionale nel canale fisico, che tramite il digitale”.

Nel frattempo, l'azienda – presente con i propri prodotti in 5.500 punti vendita tra farmacie, erboristerie, parafarmacie e negozi di alimentazione naturale - ha chiuso il 2023 con un fatturato di 45,2 milioni di euro, in

salita del 7,5% in termini di sell in.

PUBBLICITÀ



“Ma nelle farmacie siamo cresciuti del 20%, sia come sell in che come sell out, una progressione quattro volte superiore a quella del mercato, già di per sé in salute”, precisa Grossi. “Quest’anno puntiamo ai 50 milioni di euro, anche grazie allo sviluppo estero, che oggi genera circa 5 milioni di euro. Il mese prossimo inseriremo in azienda una nuova figura specializzata nell’espansione internazionale”.



VitaCalm Ansistop
combatte la sensazione
d'ansia

Ma la crescita in termini di vendite non è l'unico obiettivo dell'azienda padovana, come sottolinea il Direttore Generale: “La nostra mission è di fornire a farmacisti ed erboristi linee di prodotto sempre più complete per risolvere determinate problematiche, come nel caso della proposta Principium, il nostro top di gamma, che oggi conta 34 referenze; ci sta dando grandi soddisfazioni e, nel 2023, è cresciuta del 30,7%. In generale, sia gli operatori che i consumatori riconoscono la qualità della nostra offerta e si fidelizzano”.

A **Cosmofarma** Bios Line ha lanciato il nuovo prodotto Principium Reflumax Acidità, un integratore 100% naturale studiato per contrastare l'acidità di stomaco, “un mercato enorme, in continua crescita, che in farmacia rappresenta più di 260 milioni di euro di vendite all'anno”, precisa Grossi. Principium Reflumax Acidità svolge tre



azioni: aiuta a controllare l'iperacidità, grazie ai germogli di Riso che hanno un effetto lenitivo sulla mucosa gastrica; protegge la mucosa gastrica irritata, grazie ai polisaccaridi del tamarindo e altre sostanze mucoadesive che formano un gel visco-elastico protettivo; e svolge un'azione lenitiva, grazie alla presenza dei tannini del castagno.

Altra novità della linea Principium presentata a Bologna è il Collagene Marino nella formulazione in compresse, arricchito con Vitamina C e acido ialuronico a basso peso molecolare che, in sinergia con il collagene, aiuta a mantenere morbida, idratata ed elastica la pelle. I test effettuati in vitro su colture cellulari di fibroblasti hanno dimostrato che Principium Collagene Marino aiuta a contrastare la formazione dei radicali liberi, favorisce l'aumento del 36,25% della sintesi di elastina e l'aumento del 115% della produzione del collagene che, con l'elastina e l'acido ialuronico, conferisce tonicità e turgore alla pelle.

“Abbiamo inserito anche alcune grandi innovazioni nei nostri prodotti invernali, che vanno a completare la nostra linea per la tosse e per la gola: un fluidificante con ingredienti di origine naturale derivanti da biofermentazione; un gel lenitivo senza zucchero; e un prodotto con propoli e semi di pompelmo, insieme molto più efficaci che presi singolarmente, oltre a un ingrediente estratto dai chiodi di garofano, per un effetto calmante e antidolorifico”, aggiunge il manager.

Presente a **Cosmofarma** anche la gamma VitaCalm, e in particolare l'ultimo prodotto lanciato lo scorso febbraio, Vitacalm Ansistop Act Spray Sublinguale, un integratore utile per tenere a bada la sensazione di ansia che spesso colpisce anche gli adolescenti, sempre più esposti alla pressione sociale. Grazie all'assorbimento sublinguale, ha una capacità d'azione molto rapida, in grado di disinnescare in breve tempo le tensioni emotive.

Spazio anche al Progetto Ottanio, lanciato da Bios Line lo scorso anno, che si sviluppa lungo due direttive: la prima è la formazione, con percorsi formativi e l'accesso ai materiali presenti su Accademia, la piattaforma che promuove una formazione scientifica qualificata; e la seconda è la visibilità, tramite l'allestimento, all'interno dei punti vendita, di uno spazio Principium “su misura”, suddiviso per categorie e realizzato con materiali durevoli.

TAGS : BELLEZZA COSMETICI BENESSERE SALONI DI BELLEZZA DISTRIBUZIONE BUSINESS

VISUALIZZA ANCHE



I Pinault cercano di togliere Gucci dallo scaffale delle offerte, mentre Kering scende del 10% nel Q1

BUSINESS



Miga Studio: fatturato 2023 in volata (+61%)

BUSINESS



Beiersdorf cresce del 7,3% nel primo trimestre e alza le stime per l'intero anno

BUSINESS



Primark ha registrato un aumento delle vendite del 6% nel primo semestre

BUSINESS

ISCRIZIONE ALLA NEWSLETTER

Clicca qui per visualizzare la nostra ultima Newsletter

Inserisci l'indirizzo e-mail

OK

SEGUITECI



APPLICAZIONE



SITEMAP

- NOTIZIE
- LAVORO
- VIDEO
- SFILATE
- GALLERIE
- AGENDA
- RETI SOCIALI
- ABOUT
- PARTNER
- PUBBLICITÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

101015


[Contatti](#)
 Cerca nel sito

TM
notizie
EVENTI

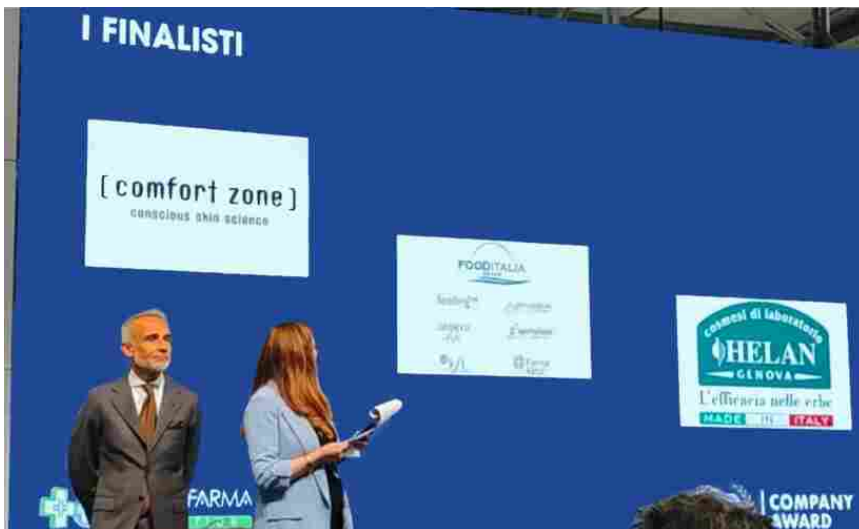
CULTURA E SPETTACOLI **CONTATTI**

TEATRO CINEMA MUSICA DANZA RUBRICHE

ITALIA

La FoodItalia Group è una delle tre aziende più ecosostenibili d'Italia

TMnotizieAdmin – 23 Aprile 2024



MANOPPELLO – L'azienda FoodItalia Group di Manoppello è stata recentemente onorata come una delle tre aziende più ecosostenibili d'Italia. Il prestigioso riconoscimento è stato conferito all'interno della rinomata manifestazione **Cosmofarma** Exhibition, l'evento leader nel settore dell'Health Care, del Beauty Care e di tutti i servizi correlati al mondo della Farmacia, tenutosi a Bologna.

L'annuncio ufficiale è avvenuto il 20 aprile, il giorno d'apertura della manifestazione, gettando così un raggio di luce su tutto l'Abruzzo e celebrando l'eccezionale impegno di FoodItalia Group verso la sostenibilità ambientale.



NOVITÀ

ITALIA – MAPPA VACCINAZIONE IN TEMPO REALE



GLI IMPERDIBILI



Questa non è la prima volta che FoodItalia Group riceve un riconoscimento di prestigio. Negli anni precedenti, l'azienda è stata lodata per il suo impegno nella ricerca e nello sviluppo di alimenti destinati a diete "speciali". Nel 2021, ha ricevuto il premio Innovation & Research Award per la sua costante ricerca di innovazione nel settore alimentare. Lo scorso anno, ha attirato l'attenzione grazie allo sviluppo di una linea di prodotti dedicati alle patologie genetiche rare, dimostrando così un profondo impegno verso la salute e il benessere delle persone.

La recente vittoria come una delle aziende più ecosostenibili d'Italia sottolinea ulteriormente l'impegno di FoodItalia Group verso la responsabilità ambientale: l'azienda si distingue per le sue iniziative innovative e concrete, volte a ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività, che vanno dalla produzione di alimenti alla gestione dei rifiuti.

Questo riconoscimento non solo è un motivo di orgoglio per FoodItalia Group, ma rappresenta anche un esempio di eccellenza per il settore industriale abruzzese e per l'intero paese. L'Abruzzo può vantare non solo la bellezza dei suoi paesaggi, ma anche il talento e l'impegno delle sue imprese verso la sostenibilità e l'innovazione.

Ovviamente gratificata e soddisfatta per il riconoscimento, FoodItalia Group continuerà a guidare il cammino verso una produzione alimentare sempre più sostenibile e responsabile, dimostrando che è possibile conciliare successo commerciale e tutela dell'ambiente.

Commenti

commenti

• [cosmofarma](#) exhibition • [fooditalia group](#) • [manoppello](#)

Articoli Correlati



Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exosanità e Cosmofarma

L'intesa siglata oggi a Bari Roma, 22 apr....

Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exosanità e **Cosmofarma**

Primo Piano Oltre 850 aziende e 50.000 presenze per Exosanità e **Cosmofarma**

By redazione

22/04/2024

BOLOGNA - Anche le edizioni 2024 confermano Exosanità e **Cosmofarma**

leader nei rispettivi settori. Francesca Ferilli, direttore Bos, commenta il successo delle due manifestazioni che dal 17 al 21 aprile hanno rappresentato il mondo della sanità e della farmacia italiane a BolognaFiere: "Per la società che rappresento, ritengo che la scelta di porre l'attenzione sulle risorse e sul capitale umano in ambito sanitario, sia stata vincente e perfettamente rispondente alle aspettative dei due settori di riferimento.

Non solo l'affluenza e la partecipazione ai tanti momenti di approfondimento, ma la qualificata presenza delle aziende conferma la direzione intrapresa".

Con oltre 400 aziende partecipanti e 29.811 visitatori, si è conclusa con successo la 27esima edizione di **Cosmofarma**, la manifestazione leader del settore dell'Health Care, del Beauty Care e di tutti i servizi legati al mondo della farmacia che si è svolta dal 19 al 21 aprile.

Il filo conduttore dell'edizione 2024 è stato il valore umano come valore aggiunto nelle professioni sanitarie. Oltre 150 gli appuntamenti ai quali hanno partecipato politici, esperti, aziende, docenti, enti di ricerca, professionisti, associazioni di categoria. "Siamo orgogliosi che **Cosmofarma** sia stata luogo di confronto che ha favorito la trasformazione della farmacia da tradizionale a farmacia dei servizi e che si confermi un momento in cui le aziende vogliono esserci", ha commentato Ferilli.

"La straordinaria partecipazione dei colleghi farmacisti alla fiera e ai tanti appuntamenti convegnistici che hanno animato questa edizione di **Cosmofarma** Exhibition conferma il valore di una comunità professionale appassionata, consapevole del ruolo svolto per la collettività e desiderosa di fare sempre di più", ha aggiunto Andrea Mandelli, presidente della Federazione degli Ordini dei Farmacisti Italiani (Fofi).

"La grande affluenza di quest'anno a **Cosmofarma** dimostra che l'evoluzione della farmacia è stata accolta con grande entusiasmo da tanti colleghi", dichiara Marco Cossolo presidente di Federfarma nazionale, mentre per Luigi D'Ambrosio Lettieri, presidente di Fondazione Francesco Cannavò, "ancor più che nel passato **Cosmofarma** 2024 ha saputo intercettare gli evidenti segnali di evoluzione che si registrano nell'intera filiera farmaceutica: dalla ricerca scientifica alla produzione, dalla distribuzione alla dispensazione. Farmacista e farmacia sono protagonisti indiscussi di questo processo e ne sono interpreti attivi".

Infine Eugenio Leopardi, presidente di Utifar: "**Cosmofarma** si conferma un fondamentale momento di incontro tra colleghi e farmacisti, istituzioni e aziende. L'importante presenza ai convegni testimonia la necessità da parte della categoria di acquisire notizie sul futuro della professione e della propria attività". L'appuntamento con la prossima edizione di **Cosmofarma** è dall'11 al 13 aprile 2025.

Per quanto riguarda Exosanità, 450 aziende, oltre 200 convegni e 21.450 visitatori sono i numeri dell'edizione 2024 svoltasi a Bolognafiore dal 17 al 19 aprile. Nella tre giorni sono stati affrontati tutti i temi cruciali della sanità italiana, a cominciare dalla crisi delle risorse e del capitale umano, sia per ciò che riguarda il reclutamento dei medici, sia degli infermieri. Tra i temi affrontati anche digitalizzazione, la ridefinizione del setting di cura e il pronto soccorso, la riabilitazione, la terza età.

Marilena Pavarelli, project manager di Exosanità: "Con Exosanità 2024 abbiamo voluto lanciare un messaggio inequivocabile rispetto alla necessità di preservare i servizi sanitari e socio sanitari e di farlo, innanzitutto, attraverso la valorizzazione del personale. Solo attraverso un profondo coinvolgimento dei professionisti, un utilizzo di quanto lo sviluppo tecnologico ci offre e rigorose attività di gestione e organizzazione si potranno garantire standard qualitativamente e quantitativamente in linea con una domanda di salute sempre in crescita. Exosanità 2024 si conferma come occasione privilegiata per discutere lo sviluppo del settore e le proposte del mercato".

L'appuntamento con la prossima edizione di Exosanità è per il 2026.

