

Conferenza stampa

Presentata a Milano l'edizione 2024 di **Cosmofarma**

Lo scorso 5 marzo si è tenuta a Milano, alla Torre PwC, la conferenza stampa di presentazione di **Cosmofarma Exhibition**, in programma dal 19 al 21 aprile a Bologna Fiere, in concomitanza per un giorno con Exposanità (17-19 aprile). È il valore umano il focus attorno al quale è stata costruita la 27ª edizione dell'evento leader nell'ambito dell'Health Care, del Beauty care e di tutti i servizi legati al mondo della farmacia, che si svolge con il patrocinio delle principali associazioni di categoria FOFI, Federfarma, Fondazione Francesco Cannavò e Utifar.

Cosmofarma 2024 ha l'obiettivo di porsi, sempre di più, come piattaforma di confronto, informazione e formazione al servizio dei professionisti del settore, dando vita alla community italiana della farmacia. "Cura. Ispirazione. Evoluzione" è il claim dell'evento, che evidenzia tre concetti chiave: prendersi cura, che è ciò che sono chiamati a fare ogni giorno i professionisti della sanità, l'ispirazione come scintilla perché attorno a un'idea abbozzata si lavori per costruire un buon progetto. Infine, l'evoluzione come messa in discussione, motore di confronto, verso la crescita personale e professionale.

Nell'ambito del Cosmetic Summit, in calendario sabato 20 aprile, **Luigi Corvi**, presidente del Gruppo Cosmetici in Farmacia di Cosmetica Italia - Associazione nazionale imprese cosmetiche, presenterà le più recenti rilevazioni sull'andamento del settore, con particolare attenzione ai consumi nel canale farmacia. Tra i diversi contenuti, il focus del Cosmetic Summit è dedicato ai **Giovani in farmacia**, davanti e dietro il banco: si analizzerà il rapporto della **generazione Z** con la farmacia, quanto incida la sostenibilità sulle loro scelte d'acquisto, la coerenza e la trasparenza del linguaggio nella dermocosmesi. In questo ambito, saranno presentati i risultati di una ricerca a cura di **Maurizio Tucci**, presidente Laboratorio Adolescenza. Il 68,2% di ragazzi nella fascia d'età 13-19 anni considera il farmacista un professionista competente a cui potersi rivolgere per un consiglio, il 14% un dispensatore di medicine, il 13,8% un professionista che però non può dare consigli medici. I risultati dell'**indagine nazionale "Adolescenti e Futuro"** del 2023 sulle abitudini e stili di vita degli adolescenti in Italia, nella sezione dedicata al Rapporto con la farmacia, fanno emergere come i ragazzi fin dalle scuole medie riconoscano il ruolo del farmacista e instaurino una relazione di fiducia.

Anche quest'anno la manifestazione presenta un **calendario molto ricco di appuntamenti e convegni**. A partire dalla tradizionale **Business Conference**, dove **Guido Stratta**, manager, founder e presidente dell'associazione Accademia della Gentilezza, specializzato nei processi di trasformazione culturale e gestione delle persone, condurrà una tavola rotonda sulla leadership gentile e su come estendere in tutti i settori della società l'approccio gentile, nella cultura, nello sport, nelle istituzioni, ovviamente nella sanità e all'interno della farmacia.

C'è come sempre una forte attenzione ai temi di stretta attualità. Alle donne vittime di violenza è dedicato il convegno "**Violenza di genere: come approcciarla in farmacia**". La capillarità e l'accessibilità delle farmacie sul territorio fa sì che possano essere un punto di riferimento per condividere eventuali richieste di aiuto di fronte a casi di violenza.

Torna la **Nutraceuticals Conference**, ancora più ricca, suddivisa in due sessioni. La prima dal titolo "**La nutraceutica: il suo regno in farmacia**", che dopo la presentazione di trend di mercato e legislativi, affronterà l'approccio nutraceutico in differenti ambiti (sindromi fibromialgiche, colesterolo, colon irritabile, cosmeceutica). La seconda sessione si concentrerà su **Nutraceutica e sport**, a partire dalle opportunità e dagli accorgimenti da seguire nell'integrazione per l'attività motoria.

Non mancheranno **iniziative speciali, aree focus dedicate a temi e prodotti verticali per il settore della farmacia**. Torna **Cosmofarma digital**, area pensata per le soluzioni digitali, con l'obiettivo di incrementare il business e rendere la farmacia più performante; **SportZone & Benessere** che dà spazio a integrazione, nutrizione e servizi per sportivi, con sessioni di attività pratiche per il corpo e la mente. **CosmoYoung** presenta una selezione di start up che si affacciano al canale farmacia. Quattro le new-entry: **Lab Galenica**, un vero e proprio laboratorio galenico con workshop per approfondire le preparazioni; **Silver Age**, un'area con focus su prodotti e servizi per gli over 65, **Specialista in farmacia**, che darà spazio al podologo, e **Cosmofarma Terme**.

Aumentano i premi in questa edizione. I **Cosmofarma Innovation & Research Awards** da anni valorizzano i prodotti e i servizi più innovativi.

Website: <https://www.cosmofarma.com/it/>

& CONFERENCE

Massimo Corradi, Hiroko Hirai

COSMOFARMA EXHIBITION 2024 IL VALORE UMANO AL CENTRO DELLA 27^A EDIZIONE

Bologna Fiere, 19-21 aprile 2024

Cosmofarma Exhibition, in programma dal 19 al 21 aprile a Bologna Fiere, si svolgerà in concomitanza con Exposanità (17-19 aprile). È il **valore umano** il focus attorno al quale è stata costruita la 27^a edizione. Anche per questa edizione torna la **Nutraceuticals Conference**, ancora più ricca, che sarà suddivisa in **due sessioni**. La prima dal titolo "**La nutraceutica: il suo regno in farmacia**", che, dopo la presentazione dei trend di mercato e legislativi, affronterà l'approccio nutraceutico in differenti ambiti (sindromi fibromialgiche, colesterolo, colon irritabile, cosmeceutica). La seconda sessione si concentrerà su **Nutraceutica e sport**, a partire dalle opportunità e dagli accorgimenti da seguire nell'integrazione per l'attività motoria.

PROGRAMMA DELLA NUTRACEUTICAL CONFERENCE 2024

Sessione 1

AGGIORNAMENTI IN NUTRACEUTICA: IL SUO REGNO IN FARMACIA

- Apertura lavori a cura di Sinut
- Trend legislativi: sicurezze e concetti in evoluzione
A cura di integratori & salute
- Trend commerciali: un mercato resistente e resiliente
A cura di Claudia Rocco
- Nutraceutica per la cronicità: supporto nutraceutico alle sindromi fibromialgiche a cura di Arrigo F. G. Cicero
- "Dottore, ho il colesterolo alto, cosa mi consiglia?"
A cura di Federica Fogacci
- "Dottore, mi sento la pancia gonfia... aiuto!"
A cura Giovanni Marasco
- "La Cosmeceutica nella prevenzione dell'invecchiamento: le molecole e associazioni più efficaci"
A cura di Andrea Fratter

Sessione 2

NUTRACEUTICA E SPORT

Parte 1

- Integrazione per l'attività motoria in farmacia: opportunità e accorgimenti

A cura di Arrigo F. G. Cicero

- Coenzima q10: a chi consigliarlo, come e quando

A cura di Alberto Vincenzi

- Schemi di integrazione standard per tipo di attività sportiva: cenni di counseling personalizzato

A cura di Sara Benazzi

Parte 2

- Introduzione a cura di Eugenio Genesi e Alessandro Gardini. Farmacisti specializzati in integrazione e reparto sportivo

- Dieta chetogenica per lo sport: favola o realtà?

A cura del dott. Antonio Paoli

- L'universo del microbiota, implicazione nelle patologie e applicazione nella farmacia dei servizi

A cura di Pierluigi Pompei

- Linee guida sull'uso dei principali aminoacidi sia per lo sport che per la salute

A cura di Marco Neri

- Effetti della supplementazione di PQQ in atleti non condizionati all'esercizio di endurance

A cura di Luca Simoni

Website: <https://www.cosmofarma.com/it/>



Block Notes

BIONIKE SOSTIENE LA RICERCA FEMMINILE

BioNike sostiene il talento femminile nel mondo della ricerca e della scienza attraverso la partnership con Fondazione Ieo-Monzino, che da oltre 30 anni sostiene l'Istituto europeo di oncologia e il Centro cardiologico Monzino, eccellenze italiane nel campo della ricerca clinica e scientifica, riconosciute anche a livello internazionale. In particolare, BioNike si impegna a finanziare la borsa di studio di una ricercatrice, garantendole un percorso di studio di alta qualità.

Il sostegno al programma di Fondazione Ieo-Monzino, tradotto nella borsa di studio per la ricerca oncologica e cardiovascolare, si inserisce nel percorso naturale di BioNike, che ancora una volta, oggi come in passato, sceglie di agire concretamente nello sviluppo della ricerca scientifica per offrire a tutti un futuro migliore. Per informazioni, WWW.BIONIKE.IT



12

IL PROGETTO FILORGA #MYBEAUTYMYCHOICE

Quest'anno Filorga festeggia i suoi primi 10 anni e per celebrare questo importante anniversario la maison



francese di alta cosmetica, parte della divisione skin-health del Gruppo Colgate-Palmolive e leader nel mercato anti-età in Italia, ha deciso di dare voce a persone appassionate, dando loro l'occasione di raccontare le loro storie, i rituali e le emozioni legate al fluire del tempo.

Nasce così la campagna #MYBEAUTYMYCHOICE, una sinfonia di ritratti individuali e corali che prende forma dalla filosofia del brand e se ne fa portavoce. Filorga, infatti, da sempre assume una posizione di rispetto delle scelte individuali su come porsi rispetto ai segni del tempo sulla pelle: se si ha il desiderio di ricorrere a trattamenti di medicina estetica, Filorga sta al passo nel pre e post-trattamento; se si accolgono le rughe e i segni del tempo e si sceglie di viverli senza ricorrere a trattamenti specialistici, il brand accompagna il percorso di skincare offrendo la massima efficacia della propria scienza cosmetica. Il progetto #MyBeautyMyChoice, attraverso conversazioni sincere con persone di età anagrafiche e background differenti, condivise sulle piattaforme digitali del marchio (Facebook, Instagram e LinkedIn), racconta proprio queste "storie di bellezza empowered", che coinvolgono anche farmaciste e responsabili del reparto cosmetico. All'interno dei gruppi di volti che hanno voluto raccontare la loro storia di bellezza troverete, infatti, qualche collega. Per saperne di più, [HTTPS://IT.FILORGA.COM/MAGAZINE](https://it.filorga.com/magazine) e poi i profili Facebook, LinkedIn e Instagram del brand.

SKINIUS CRESCE IN TUTTA ITALIA

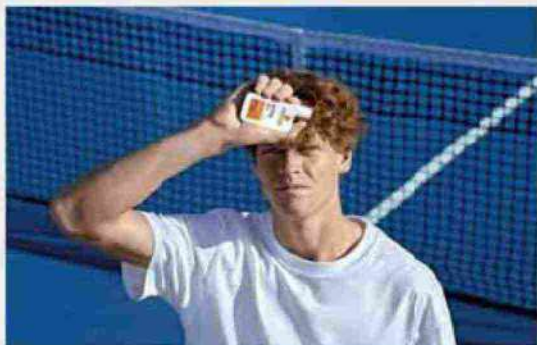
Al via il primo evento di formazione scientifica dermatologica Skinius nel cuore di Roma, che vedrà protagoniste le farmacie partner del brand nella zona del centro e sud Italia. Questo appuntamento romano conferma il consolidamento della presenza di Skinius in tutta la Penisola, con un trend nazionale di crescita aggregata del 39% in sell-out. Un ulteriore traguardo da celebrare è rappresentato dall'aumento del 150% di partner ufficiali Skinius proprio nel Centro-Sud Italia. Il momento di formazione si svolgerà insieme a relatori d'eccellenza, farmacisti direttori e specialisti del reparto dermocosmetico, che contribuiscono quotidianamente a rendere Skinius azienda di riferimento per la pelle sensibile, reattiva e intollerante, in ogni momento dell'anno e della vita.

Per informazioni scrivere a COMMERCIALE@SKINIUS.IT

Block Notes

SINNER A FIANCO DI LA ROCHE-POSAY

Un testimonial d'eccezione per parlare del fondamentale ruolo della fotoprotezione: è **JANNIK SINNER** il nuovo global brand advocate di La Roche-Posay. La partnership con il pluripremiato campione di tennis nasce con l'obiettivo di migliorare la scarsa informazione che tra i giovani ancora ruota intorno alla necessità di proteggere la pelle al sole. In comune tra i due partner: autenticità e tendenza all'eccellenza: Sinner, infatti, incarna l'estrema performance che cambia le regole del gioco e al tempo stesso abbraccia i valori del brand dermatologico, che con la gamma di soari Anthelios protegge da decenni dai danni solari le pelli di bambini, adolescenti e adulti. Per informazioni: WWW.LAROCHEPOSAY.IT



MONTEIL PARTNER DEL MASTER UNIVERSITARIO

Monteil è azienda partner del Master di II Livello "Ricerca, sviluppo e management dell'azienda nutraceutica e cosmetica" organizzato dalla facoltà di Farmacia e Medicina dell'Università La Sapienza di Roma. Il Master si pone l'obiettivo di formare la figura professionale del manager di aziende nutraceutiche e cosmetiche grazie a un approccio multidisciplinare che permetterà ai partecipanti di sviluppare una concreta professionalità in questi settori, dai processi di filiera, attraverso l'analisi del mercato, fino alla commercializzazione finale del prodotto. Monteil si è detta orgogliosa di questa partnership prestigiosa, che investe sui giovani. Per informazioni: WWW.MONTEILITALIA.COM, WWW.UNIROMA1.IT

LA BELLEZZA SENZA COMPROMESSI DI ROUGJ

Si chiama così la nuova iniziativa di Rougj per favorire gli acquisiti di makeup e skincare in un momento economico non proprio favorevole per tante famiglie. Con il progetto **"BELLEZZA SENZA COMPROMESSI"** Rougj, insieme con le farmacie partner, ha deciso di fare un gesto concreto nei confronti dei propri clienti assorbendo i rincari delle materie prime, e quindi bloccando i prezzi dei prodotti, e proponendo sconti, per dare alle persone l'opportunità di acquistare prodotti beauty di qualità a un prezzo assolutamente competitivo. L'iniziativa - che sarà presente nelle farmacie aderenti sulle categorie makeup e skincare fino a esaurimento scorte - vuole dare continuità al percorso che pone il consumatore al centro di tutto, non solo per la creazione di nuovi trattamenti, ma anche per le sue esigenze quotidiane e concrete. Se volete saperne di più, i numeri dedicati ai farmacisti sono 040.232328 - 331.1369333, oppure si può scrivere a ROUGJ@ROUGJ.COM

BLENDISTRICT E COSMOFARMA, NASCE IL MASTER IN SOCIAL EDUCATION

È il learning hub per formare farmacisti ed esperti di cosmetica a una corretta comunicazione digitale in termini di divulgazione e di promozione commerciale sui social. **"MASTERMIND CLUB"** nasce dalla partnership tra Blendistrict e Cosmofarma con l'obiettivo di formare professionisti preparati e allineati alle strategie di comunicazione sui social, nonché alla corretta regolamentazione della divulgazione di contenuti, meccaniche e "tone of voice" della comunicazione online. Mastermind Club partirà dalla formazione di pharma influencer e creator, ma l'obiettivo per il futuro è estendere un'offerta specifica anche a skin e beauty expert, collaborando con le associazioni di categoria per definire parametri condivisi per il primo patentino ufficiale di affidabilità e trasparenza per chi online tratta temi legati al wellbeing. Nei tre giorni di Cosmofarma Exhibition sarà possibile partecipare a convegni e moduli di formazione in pillole. Il corso di formazione di lungo periodo - il cui programma definitivo verrà annunciato durante la manifestazione fieristica - prevede un ciclo di sei appuntamenti in cui sarà la mente dei partecipanti a creare il valore aggiunto necessario a un mercato

13

Panorama Cosmetico - Marzo Aprile 2024

ATTUALITÀ

Exposanità 2024, il riferimento per i professionisti della salute

Patrizia Godi

Appuntamento a BolognaFiere dal 17 al 19 aprile con l'evento che da oltre 40 anni promuove il progresso sanitario e propone soluzioni che arricchiscono il settore. Protagonisti dell'edizione 2024 il digitale e le nuove tecniche tecnologie, ma anche la valorizzazione del capitale umano

KEYWORDS

Exposanità,
fiera,
convegni,
innovazione

Exposanità,
fair,
convention,
innovation



Meeting at BolognaFiere from April 17 to 19 with the event that has been promoting healthcare progress and proposing solutions that enrich the sector for more than 40 years. Protagonists of the 2024 edition are digital and new technical technologies, but also the enhancement of human capital.

Si terrà presso BolognaFiere dal 17 al 19 aprile 2024 Exposanità, l'evento che dal 1982 fornisce un'ampia panoramica su prodotti e servizi per ospedali, diagnostica, sanità digitale, ortopedia, riabilitazione, disabilità e assistenza. La manifestazione rappresenta anche un'opportunità di confronto e dibattito sulle sfide organizzative e gestionali della sanità del futuro, con particolare attenzione alle cure territoriali, all'impronta ecologica dei servizi sanitari, alla gestione della non autosufficienza e al ruolo delle tecnologie digitali nel promuovere la vita indipendente e valorizzare il capitale umano nel settore sanitario.

Da oltre 40 anni un punto di riferimento

«Da oltre quarant'anni Exposanità è la principale manifestazione per il settore della sanità a 360 gradi», ha affermato Francesca Ferilli, direttore generale BOS Eventi. «L'edizione del 2024 si impegna a celebrare il quarantacinquesimo anniversario del SSN, fornendo soluzioni innovative e concrete. L'evento mira a promuovere il progresso e a proporre soluzioni in grado di arricchire il settore

sanitario, coinvolgendo nuove generazioni di professionisti».

Per l'edizione 2024, che per un giorno sarà anche in contemporanea con **Cosmofarma**, Exposanità ha scelto il claim "Ci sta a cuore chi cura". Infatti, i tre giorni dell'evento saranno principalmente incentrati sul tema delle risorse umane e sulla valorizzazione delle competenze, aspetti fondamentali per garantire la solidità e l'efficacia del nostro SSN. «Il tema di quest'anno è dedicato al capitale umano», ha affermato Marilena Pavarelli, project manager Exposanità, «nella consapevolezza dell'importanza del personale sanitario e delle sfide che attualmente affronta il settore della salute. Il payoff "Ci sta a cuore chi cura" sottolinea il legame stretto che la manifestazione ha sempre mantenuto con le professioni sanitarie, dal momento del suo esordio nel 1982». Nel corso degli ultimi quarant'anni, Exposanità si è distinta come un pilastro fondamentale per il riconoscimento e il sostegno delle professioni ospedaliere e sociosanitarie, offrendo un palcoscenico essenziale per il dibattito e lo sviluppo professionale. La manifestazione ha costantemente evidenziato un'attenzione speciale nei confronti di tutti coloro che operano nel campo

**EXPOSANITÀ
RIAFFERMA
IL SUO
SOSTEGNO ALLE
PROFESSIONI IN
UN MOMENTO
STORICO
SEGNATO DA
MARCATA
DISCREPANZA
TRA RISORSE
UMANE
DISPONIBILI E
NECESSITÀ DEL
SETTORE**



Francesca Ferilli,
direttore generale BOS
Eventi

della salute, dalle figure di vertice e decisionali fino ai professionisti che quotidianamente garantiscono servizi sanitari essenziali.

Un sostegno per rinnovare il patto con professionisti della sanità

Nell'edizione del 2024, Exposanità si propone di riaffermare il suo impegno e sostegno verso le professioni in un momento storico contrassegnato da una marcata discrepanza tra le risorse umane disponibili e le necessità del settore. I precedenti tagli e blocchi delle assunzioni hanno generato una carenza di personale e alimentato un crescente senso di demotivazione tra gli operatori sanitari.

Exposanità si propone, dunque, di rinnovare il patto con i professionisti della sanità, consapevole che essi rappresentano la chiave per affrontare le sfide presenti e future del settore. Attraverso il convegno inaugurale e altri approfondimenti previsti durante l'evento, l'obiettivo è quello di promuovere una discussione costruttiva e offrire soluzioni concrete per responsabilizzare e valorizzare il capitale umano nel campo della sanità, fidelizzando e rinnovando la passione dei professionisti sanitari, affrontando le problematiche nell'ambito sia ospedaliero sia territoriale.

«Exposanità», ha aggiunto Marilena Pavarelli, «crede fermamente che investire nel personale sanitario sia fondamentale per garantire la qualità e l'efficacia dei servizi sanitari e che solo partendo da qui si possano affrontare efficacemente le sfide del settore».

Exposanità dedicherà quindi al capitale umano il convegno di apertura che si terrà il 17 aprile alle ore 10, dal titolo Investire sui professionisti per la tenuta del SSN, moderato dal giornalista de *IL Sole24Ore*, Marzio Bartoloni, e che vedrà la partecipazione di Nino Cartabellotta, presidente della Fondazione Gimbe.

Sempre il 17 aprile, ma alle 14, si svolgerà il convegno I professionisti e il SSN: prove di divorzio? Semplificare e ri-orientare l'organizzazione delle aziende sanitarie per migliorare la soddisfazione e la qualità della vita dei professionisti.

Organizzato da RUSAN, centro nazionale per il monitoraggio e il miglioramento della qualità del capitale umano nelle aziende sanitarie, partendo dall'analisi dei dati (come la mancanza di almeno 65.000 infermieri e 20.000 medici) fino alle conseguenze sui professionisti, al sovraccarico lavorativo spesso eccessivo (turni, orari, straordinari), il convegno intende analizzare le possibili urgenti

soluzioni capaci di generare ambienti organizzativi più attrattivi e soddisfacenti per i professionisti che vi lavorano.

Potenziare i servizi ottimizzando le cure

Durante i tre giorni dell'evento, verrà dedicata una particolare attenzione alla necessità di potenziare i servizi sanitari, con un focus iniziale sull'ottimizzazione dell'organizzazione delle cure primarie e del sistema di emergenza-urgenza.

Un'importanza paritetica sarà attribuita alla questione della non autosufficienza, considerando sia l'impatto della recente legislazione delegata, che mira a riorganizzare i servizi per la terza età, sia le soluzioni avanzate dalla tecnologia ortopedica e riabilitativa per favorire un'autonomia migliore per le persone con disabilità.

Per garantire il mantenimento e il potenziamento del Servizio Sanitario Nazionale, con la sua prospettiva universalistica, diventa fondamentale adottare le nuove tecnologie nel campo della sanità. Pertanto, saranno affrontati argomenti quali la digitalizzazione e la ridefinizione dell'ambito di cura, esplorando come l'innovazione digitale, attraverso l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, dei big data e della robotica, possa contribuire a una distribuzione più efficiente ed equa delle cure sul territorio.

«Il capitolo di spesa dedicato alla sanità del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza rappresenta un fondamentale investimento nel potenziamento delle risorse umane e nella digitalizzazione del settore sanitario», ha commentato Marilena Pavarelli. «Siamo consapevoli del potenziale che la tecnologia digitale ha nel migliorare l'efficienza non solo degli ospedali, ma anche dei servizi sanitari in generale. Crediamo che l'intelligenza artificiale possa essere un incredibile strumento sia per l'ambito clinico sia organizzativo. Tuttavia, riconosciamo che sollevi anche una serie di interrogativi ancora irrisolti. Analogamente, la gestione dei dati è estremamente utile per la medicina predittiva, ma comporta anche rischi legati alla privacy e all'uso improprio dei dati stessi».

In questo contesto, è cruciale trovare un equilibrio tra l'adozione delle nuove tecnologie e la tutela della privacy e della sicurezza dei dati dei pazienti. L'obiettivo è massimizzare il potenziale dell'intelligenza artificiale e dei dati per migliorare la qualità e l'efficacia dei servizi sanitari, garantendo al contempo la sicurezza e la riservatezza delle informa-



Marilena Pavarelli, project manager Exposanità

NEI SETTE SALONI ESPOSITIVI SONO PRESENTI 450 AZIENDE, OFFRENDO UNA PANORAMICA COMPLETA SU PRODOTTI E SERVIZI PER GLI OSPEDALI, DIAGNOSTICA, SANITÀ DIGITALE, ORTOPEDIA, RIABILITAZIONE, DISABILITÀ E ASSISTENZA

zioni personali dei pazienti. Questi sono argomenti di grande attualità che verranno approfonditi durante il convegno "Intelligenza artificiale in sanità: le applicazioni per la medicina e per l'organizzazione dei servizi", in programma per il 17 aprile alle ore 10.30.

«Anche quest'anno» ha sottolineato Francesca Ferrilli, «continueremo a sostenere il settore della sanità digitale attraverso contenuti che presentano nuovi servizi tecnologici e proposte innovative per l'evoluzione del mondo della sanità. Durante l'evento, l'intelligenza artificiale sarà un filo conduttore fondamentale, esplorata in varie forme di innovazione tecnologica e di contenuto. Crediamo che la sanità digitale, con l'ausilio dell'intelligenza artificiale, possa colmare molte lacune e offrire opportunità per migliorare il supporto ai cittadini e per una diagnosi più accurata».

I servizi di Pronto Soccorso e le loro sfide

Exposanità porrà anche l'attenzione su un altro tema di rilevanza fondamentale: i servizi di Pronto Soccorso e le diverse sfide che il settore sanitario deve affrontare in relazione a essi. Queste sfide non riguardano solo la carenza di personale e le questioni organizzative, ma anche la progettazione degli spazi e l'utilizzo della tecnologia per migliorare l'efficienza di tali servizi, attualmente sottoposti a una considerevole pressione.

Un evento specifico sarà dedicato all'analisi delle strategie adottate dalle Regioni italiane per gestire in modo più efficace i flussi all'interno del Pronto Soccorso e verrà esaminato il ruolo delle tecnologie nel supportare i professionisti che vi lavorano. Saranno esplorate soluzioni informatiche diagnostiche mirate a ottimizzare tempi, flussi e risorse umane, così come progetti di pianificazione degli spazi per rendere più funzionali gli ambienti di lavoro.

A questo proposito, gli appuntamenti da non perdere includeranno "Riorganizzare la rete dell'emergenza-urgenza: proposte per l'evoluzione dei servizi", che si terrà il 17 aprile alle 14.30 (organizzato da Exposanità in collaborazione con SIMEU), "Tecnologie e progettazione a supporto dei servizi di Pronto Soccorso", previsto per il 18 aprile alle 10.30 (ancora organizzato in collaborazione con SIMEU) e "Le nuove sfide dell'ospedale 4.0: ripensare il Pronto Soccorso", in programma per il 18 aprile alle 14.30.

Un altro fondamentale argomento che affronterà

Exposanità riguarderà il processo di procurement nel settore sanitario.

«Le procedure di acquisto collettivo centralizzato sono ormai una pratica comune, che coinvolgono tutti coloro che operano nel campo della sanità pubblica», ha sostenuto Marilena Pavarelli. «Durante un momento di approfondimento si cercherà di comprendere se questo approccio agli acquisti porta con sé benefici non solo dal punto di vista economico, ma anche per quanto riguarda il sostegno all'innovazione e all'organizzazione di realtà collettive.

Esploreremo se questa dinamica degli acquisti possa generare non solo risparmi finanziari, ma anche valorizzare la qualità e favorire lo sviluppo di nuove soluzioni».

Panoramica completa su prodotti e servizi

L'area espositiva di Exposanità vede la partecipazione di 450 aziende distribuite nei sette saloni espositivi per offrire una panoramica completa su prodotti e servizi per gli ospedali, la diagnostica, la sanità digitale, l'ortopedia, la riabilitazione, la disabilità e l'assistenza insieme a progetti e soluzioni tecnologiche per la qualità del Servizio Sanitario. In particolare, nell'ambito dell'ortopedia e della riabilitazione, saranno allestite tre diverse aree espositive. La prima sarà dedicata alle aziende specializzate che presenteranno la loro gamma di ausili per la disabilità, mentre la seconda sarà focalizzata su strumenti e servizi per la riabilitazione. Infine, una terza area sarà riservata a una vasta selezione di prodotti ortopedici e sanitari.

L'area espositiva sarà accompagnata da un programma completo di iniziative rivolte a tecnici ortopedici, fisioterapisti, terapisti occupazionali e fisiatristi, offrendo così un'opportunità di aggiornamento e networking per i professionisti del settore.

Sostenibilità, un tema sempre più rilevante

Exposanità affronterà anche il tema della sostenibilità nel convegno Hospital Building Management (HBM) - L'impronta climatica delle strutture ospedaliere e sanitarie, organizzato il 17 aprile da SIAIS, la Società Italiana dell'Architettura e dell'Ingegneria per la Sanità.

Durante l'evento, saranno presentate raccomandazioni e piani d'azione dettagliati per rendere il sistema sanitario a zero emissioni, illustrando esempi sia nazionali sia internazionali.



ATTUALITÀ IN SINERGIA CON COSMOFARMA

VIOLENZA di genere

Supporto al paziente che entra in farmacia, sempre, anche quando si interagisce con donne vittime di violenza di genere o alla ricerca di un aiuto per capire come affrontare la propria situazione. Il farmacista opportunamente formato può essere un primo interlocutore competente

a cura di **Cosmofarma Exhibition**



Secondo il rapporto dell'Oms, "la violenza contro le donne rappresenta un problema di salute di proporzioni globali enormi". La frase è riportata sul sito del Ministero della Salute, dove vengono anche elencati tutti i contatti a cui rivolgersi se si è vittima o si vuole aiutare una vittima. Tra questi, ci sono anche le farmacie. "Violenza di genere: come approcciarla in farmacia" è il titolo del convegno organizzato in occasione della 27esima edizione di **Cosmofarma Exhibition** (Bologna Fiere 19-21 aprile 2024) in programma sabato 20 aprile alle ore 14.30. Politici, medici, psicologi, esperti, farma-

cisti si confronteranno sul tema. A moderare l'incontro Simonetta Molinaro, farmacista e criminologa specializzata in equità di genere e responsabile scientifica dell'Osservatorio sulla violenza, sulle discriminazioni, sulle vulnerabilità e sulle vittime. Tra gli interventi, Angela Margiotta, farmacista territoriale e presidente associazioneFarmaciste Insieme. «Giorni fa mi ha telefonato una collega. Mi ha chiesto consigli su come supportare una donna che era entrata in farmacia, le aveva confidato di volersi separare dal marito ma lui, messo di fronte alla volontà della moglie, aveva minacciato di farle del male». È solo una delle dram-

matiche testimonianze che in questi anni sono state raccolte da farmaciste e farmacisti. A raccontarla è **Angela Margiotta**, presidente di Farmaciste Insieme, associazione fondata nel 2013 da tre donne, tre farmaciste, che hanno deciso di creare una "squadra al femminile" partendo dal dato secondo il quale le donne rappresentano l'80% nella categoria. Farmaciste Insieme promuove diversi progetti, tra i quali "Mimosa", con l'intento di dare supporto alle donne vittime di violenza di genere.

Da quale presupposto nasce l'idea del progetto Mimosa?

La farmacia può essere davvero

il primo punto dove le donne che subiscono maltrattamenti possono trovare un aiuto concreto.

Avete già oltre 10 anni di esperienza, qual è il bilancio?

Mimosa è arrivato in più di 19 mila farmacie italiane e abbiamo così coperto tutto il territorio nazionale. È cresciuto nel tempo. Partito come un progetto pilota in Campania, patrocinato da Federfarma, Fofi e Fenagifar, ha l'obiettivo di informare le donne su cosa sia la violenza e su quali strumenti abbiano a disposizione per liberarsene, portando nelle farmacie materiali, vademecum con consigli, informazioni, contatti e riferi-

ATTUALITÀ IN SINERGIA CON COSMOFARMA



Tantissime. Abbiamo raccolto tantissime testimonianze. Stiamo notando anche alcuni cambiamenti. All'inizio entravamo in contatto soprattutto con casi di violenza fisica, che purtroppo resta ancora molto attuale, ma dopo la pandemia sono in aumento i casi di violenza psicologica ed economica.

Quali sono i prossimi obiettivi che vi ponete?

Anche noi farmacisti dobbiamo sempre più prendere piena

coscienza di questi altri tipi di violenza, dobbiamo essere capaci di intercettarli. Sono forme di violenza subdole e molto difficili da denunciare. Le donne, però, hanno acquisito maggiore consapevolezza e si sentono più libere di venire a parlare con noi. Credo che in quest'ambito solidale il ruolo del farmacista, visto come un professionista vicino, sempre raggiungibile, sia molto importante: le donne ci conoscono, sentono di potersi fidare, entrano e possono raccontarsi. «Noi con il camice

Il ruolo del farmacista, visto come un professionista vicino, sempre raggiungibile, è molto importante: le donne ci conoscono, sentono di potersi fidare, entrano e possono raccontarsi



Francesca Ferilli,
direttore generale Bos

menti di associazioni, centri anti-violenza e specialisti accreditati sul territorio. Nel 2021, poi, si è arricchito dell'aiuto dell'App "Bright sky", ideato da Fondazione Vodafone, che grazie a un QR Code sulla locandina consente di scaricare l'App e aiutare le donne anche in maniera virtuale. Ogni farmacia è stata fornita di 200 brochure nel corso del 2021 che sono terminate in pochi giorni. 3.500 donne hanno scaricato l'App e 732 hanno premuto il pulsante d'emergenza. Numeri molto altri purtroppo.

Sono tante le donne arrivate direttamente in farmacia a chiedere un aiuto?

Da Cosmofarma Exhibition

Quest'anno Cosmofarma Exhibition mette al centro il valore umano in tutte le sue declinazioni e non poteva mancare anche l'aspetto sociale che ricopre da sempre la farmacia. Infatti, sono particolarmente orgogliosa di evidenziare anche questo importante aspetto nel lavoro del farmacista, attraverso il convegno "Violenza di genere: come approcciarla in farmacia", un ruolo sociale di sentinella sul territorio, interlocutore affidabile anche per intercettare casi di violenza di genere. Ci siamo chiesti come essere d'aiuto al farmacista nel gestire episodi di questo tipo e la risposta, grazie all'importante contributo del progetto "Il farmacista informato sui

fatti" e l'associazione "Farmaciste Insieme", è stata quella di proporre un convegno dove venissero spiegati tutti i corretti step da seguire da parte degli attori più autorevoli coinvolti in questo delicato processo. Dalla collaborazione con queste due realtà nasce poi il progetto di solidarietà "Preferisco Sapere, percorso di consapevolezza e conoscenza", un'iniziativa che ha l'obiettivo di diffondere, tra i ragazzi e le ragazze in età scolare, maggiore consapevolezza sui tipi di violenza e discriminazione, al fine di prevenirle e costruire una cultura basata sul rispetto. Cosmofarma si impegna a sostenere questa iniziativa tramite la donazione di parte degli introiti derivanti dalla biglietteria dell'edizione 2024.



ATTUALITÀ IN SINERGIA CON COSMOFARMA



Angela Margiotta

farmacista territoriale
e presidente associazione
di Farmaciste Insieme



Simonetta Molinaro

farmacista e criminologa
specializzata in equità
di genere, ideatrice de
Il farmacista informato
sui fatti

addosso siamo persone incaricate di pubblico servizio, non possiamo certamente girare la testa dall'altra parte e non possiamo venire meno al ruolo sociale del farmacista».

È con questo spirito che **Simonetta Molinaro**, farmacista e criminologa, ormai dieci anni fa ha deciso di lanciare il progetto "Il farmacista informato sui fatti", frutto della sua tesi in un *master* di Criminologia forense.

Qual è la missione del progetto?

Prevede la possibilità per il farmacista territoriale, opportunamente formato, di riconoscere i segni, i segnali di possibili violenze, saper agganciare, accogliere la presunta vittima e sapere quale sia l'agenzia territoriale più giusta alla quale indirizzarla: forze dell'ordine, pronto soccorso, ospedale, servizi sociali, centri antiviolenza.

Perché proprio il farmacista?

È un punto di riferimento importante nella comunità territoriale; la farmacia si sceglie sulla base di un rapporto fiduciario che si instaura con la persona che entra.

Ho pensato che non bastassero più solo la buona volontà e la sensibilità individuale di fronte a situazioni di fragilità che si possono presentare. Volevo inserire il ruolo del farmacista in un contesto di rete.

In che modo?

Ho iniziato pian piano la formazione dei colleghi, con piccoli corsi di poche ore che contenessero le informazioni indispensabili, le parole giuste da dire o non dire. Abbiamo cercato di creare una rete di professionisti che potesse sostenere una persona vittima di violenza e intervenire se

Più delle parole da dire, è importante conoscere le parole da non dire. Se si pronunciano le parole sbagliate, si rischia di perdere la fiducia di quella persona o che non chiedi aiuto a nessun altro

necessario.

È nata, così, una rete di attori informali che possono avere un ruolo davvero importante davanti a situazioni delicate.

Come si rendono i farmacisti "informati sui fatti"?

Al farmacista non viene chiesto di diventare psicologo, poliziotto, giudice, ma di utilizzare questo suo osservatorio privilegiato, che è la farmacia, di osservare, ascoltare e, nel caso in cui ci si renda conto di avere davanti una situazione sospetta o nel caso in cui venga direttamente chiesto aiuto, non si rimanga frastornati.

È molto importante che il farmacista sappia accogliere la persona e, senza timore, possa segnalare il centro antiviolenza più vicino, il pronto soccorso o le forze dell'ordine. I colleghi non

si devono spaventare o sentirsi investiti di una responsabilità che travalica quello che è il ruolo.

Quali sono le parole giuste da dire o non dire a chi ha subito una violenza?

Più delle parole da dire è importante conoscere le parole da non dire. Se si pronunciano le parole sbagliate, si rischia di perdere la fiducia di quella persona o, peggio ancora, che non vada più a chiedere aiuto a nessun altro. Non bisogna usare parole che sottintendano una vittimizzazione secondaria, come se si stesse attribuendo anche alla presunta vittima una responsabilità.

Cosa intende?

Dire frasi come: "Come mai non sei capace di tirarti fuori da questo guaio? Ma tu che hai fatto? Ma lui/lei avrà avuto le sue ragioni ecc. Sai, dovrei ascoltare anche l'altra versione" è terribile. Sono pietre, più pesanti delle barriere comunicative.

Qual è, invece, la prima regola da seguire?

È sempre accogliere. Non è compito di noi farmacisti decidere se quella persona che si sta aprendo ha mentito, sono altre le sedi in cui verranno prese le decisioni e nelle quali si faranno altri tipi di percorsi. Intanto, diamo accoglienza. ■



GESTIONE FORMAZIONE

PUNTO DI SVOLTA

delegare tutto

Si può demandare quasi tutto, tranne la conduzione della squadra. Selezione, gestione, obiettivi quali-quantitativi, formazione, remunerazione e motivazione sono attività inalienabili del titolare o del direttore di una farmacia

di **Gabriella Daporto**, farmacista cosmetologa e trainer

Aiutare i farmacisti a vivere al meglio la loro professione. Per fare questo, utilizzo diversi metodi e strumenti che, come farmacista, cosmetologa e trainer, ho affinato in molti anni di studio e pratica in aula. Lavorare nel mondo della formazione dei farmacisti significa incontrare situazioni difficili, di chiusura o di rifiuto a uscire dalla propria zona di comfort, ma anche confrontarsi con realtà molto evolute e stimolanti. Oggi, sempre più, i farmacisti si affacciano al mondo della formazione per trovare spunti di crescita professiona-

le, per affrontare nodi del passato mai completamente superati, per aumentare la propria autostima e lavorare sulla fiducia in se stessi. Aggiornarsi, non solo dal punto di vista tecnico-scientifico, ma anche delle soft skill (capacità relazionali e comportamentali) è molto importante. Infatti, alzare il livello di consiglio e le competenze permette di gestire l'assortimento commerciale in modo quali-quantitativamente più efficace. Per fare ciò, i farmacisti hanno molti strumenti innovativi a disposizione. Quindi, occorre investire in efficaci percorsi formativi di crescita personale,

relazionale, professionale, commerciale e manageriale.

Il microlearning on the job

È un modello di apprendimento in pillole, che propone al farmacista di assimilare competenze comportamentali e tecnico-scientifiche disponibili in unità sintetiche di breve durata, da sperimentare rapidamente al banco.

Nella stesura del libro "Pillole per il farmacista. Suggerimenti pratici per rinnovare la professione", ho utilizzato questo metodo, i contenuti sono presentati con un linguaggio chiaro, coinvolgente,

molteplice e visivo. Le pillole formative sono state suddivise in aree tematiche (motivazione, responsabilità, proattività, consiglio del nutri-cosmetico, self shopping, comunicazione, servizi, sostenibilità e responsabilità sociale) e formulate al fine di raggiungere obiettivi realistici, dare valore alle capacità, individuare i punti di forza e quelli migliorabili. Il modello formativo "microlearning on the job" è confezionato in pillole, da assumersi sul campo, ovvero in farmacia, in condivisione con il team. Questo metodo facilita l'assimilazione veloce da parte

MODELLO FORMATIVO

70:20:10

Il team impara di più quando sperimenta il

70%

dei contenuti formativi direttamente on-the-job, il

20%

attraverso la collaborazione con esperti consulenti e colleghi e il restante

10%

attraverso i tradizionali metodi di formazione in presenza in aula o da remoto

dei farmacisti di contenuti sintetici e mirati e favorisce l'immediata applicazione al banco, generando risultati concreti e duraturi in termini sia qualitativi (reputation della farmacia) sia quantitativi (redditività). È un allenamento concreto e pratico che permette di individuare le potenzialità individuali, attraverso un lavoro guidato, ma essenzialmente auto-formativo. Il **training on the job** è considerato uno dei migliori metodi di insegnamento per gli adulti, perché il lavoratore apprende sul campo e non si limita a imparare una serie di nozioni teoriche. La maggior

parte dell'acquisizione delle conoscenze e del consolidamento di nuovi e più efficaci comportamenti può e deve avvenire in farmacia. Si mantengono meglio le conoscenze apprese e il coinvolgimento è superiore se si adotta il modello formativo 70:20:10. Ciò significa che il team impara di più quando sperimenta il 70% dei contenuti

formativi direttamente on-the-job, il 20% attraverso la collaborazione con esperti consulenti e colleghi e il restante 10% attraverso i tradizionali metodi di formazione in presenza in aula o da remoto. L'assunzione di una breve pillola formativa, durante il normale orario di lavoro, permette ai farmacisti di non perdere tempo e di

poter mettere subito in pratica le informazioni acquisite, rendendo concreto e performante il percorso formativo. Siamo sempre (anche se non ne siamo consapevoli) in un laboratorio o in una palestra. Si combatte così il burn out del farmacista, integrando l'aggiornamento continuo, indispensabile per supportare la sua crescita per-



Pillole per il Farmacista

Suggerimenti pratici per rinnovare la professione

Edito da Tecniche Nuove, il nuovo libro di Gabriella Daporto, farmacista, cosmetologa e trainer, contiene una serie di suggerimenti sintetici e mirati per favorire un apprendimento facile e veloce da assimilare. È un modello formativo che stimola il farmacista ad aggiornare il proprio bagaglio di esperienza e ad acquisire nuove competenze sul campo, assieme alla propria squadra di lavoro, senza costringerlo a togliere tempo alla grande mole di impegni quotidiani

Dialogo con l'autrice del libro

Appuntamento con Gabriella Daporto a **Cosmofarma Exhibition**, sabato 20 aprile 2024, ore 11.00, Spazio Innovazione, padiglione 25, per esplorare le nuove tendenze della formazione in farmacia, basate sul metodo micro-learning on the job



GESTIONE FORMAZIONE



Le pillole formative sono state suddivise in aree tematiche (motivazione, responsabilità, proattività, consiglio del nutri-cosmetico, self shopping, comunicazione, servizi, sostenibilità e responsabilità sociale)

Alzare il livello di consiglio e le competenze permette di gestire l'assortimento commerciale in modo più efficace. Occorre investire in percorsi formativi di crescita personale, relazionale, professionale, commerciale e manageriale

sonale e professionale, e permettendo un abbattimento dei costi e dei tempi della formazione. Il farmacista deve allenarsi al banco con costanza, condividendo le nozioni e le nuove idee con il suo team, al fine di elaborare un piano d'azione orientato ai risultati.

Al titolare la crescita della squadra

La formazione e l'aggiornamento professionale rivestono, oggi, una notevole importanza alla luce del cambiamento che sta vivendo la farmacia. Capire come funzionano e quali sono le leve che spingono i farmacisti a cambiare prospettiva e a migliorare la loro professionalità dovrebbe essere sempre oggetto di studio del titolare/direttore di una farmacia. La selezione

dei collaboratori prevede non solo la valutazione della preparazione professionale, ma anche quella delle abilità di ascolto attivo, di empatia e capacità di risoluzione rapida delle necessità dei clienti. La squadra della farmacia deve essere composta da farmacisti tutti operanti al banco, in grado di rispondere alle molteplici richieste e dotati, allo stesso tempo, di specifiche specializzazioni e competenze in settori diversi. Anche i collaboratori non addetti alla vendita, se pur poco visibili al pubblico, sono risorse di importanza strategica per il buon andamento dell'operatività della farmacia. Nell'ambito dello svolgimento della loro attività, come tutte le categorie di lavoratori, anche i farmacisti possono essere classificati sotto diversi profili:

- i sicuri - hanno la motivazione e le competenze;
- gli allievi - hanno la motivazione, ma non hanno le competenze;
- i pigri - non ha la motivazione, ma hanno le competenze;
- gli immaturi - non hanno né la motivazione né le competenze.

Il titolare/direttore deve saper selezionare e mantenere i collaboratori più validi. Gratificare il personale significa soprattutto puntare sulla sua crescita professionale. Il dipendente si chiede "Quanto cresco? Che cosa imparo, lavorando in questa farmacia?".

Se la farmacia non ha una specializzazione e una missione chiara, anche il personale avrà difficoltà a identificarsi e perseguire giorno per giorno una rotta costruttiva e innovativa. Inoltre, tutti vogliono

sentirsi apprezzati dal datore di lavoro, essere riconosciuti per il proprio valore, per le proprie capacità e conoscenze. Inevitabilmente, quindi, occorre dare anche una prospettiva di crescita economica, stabilire degli incentivi e creare una squadra affiatata. La farmacia deve attrarre e mantenere i collaboratori più validi. Un titolare/direttore, per favorire le diverse azioni su ciascun collaboratore, dovrà:

- delegare al "sicuro" perché lui sa già fare. Darà spazio al suo progetto decisionale e si confronterà con lo stesso sui risultati (prima e dopo) con parametri misurabili;
- formare l'"allievo", dargli un contributo di crescita concreto e mirato;
- motivare il "pigro", accettare parte della sua proposta chiedendogli «come secondo te?»;
- prescrivere all'"immaturo", tenendo conto della sua resistenza al cambiamento. Il titolare dovrà stupirlo, farsi ascoltare, comunicare positività, offrire vantaggi. Dargli una prescrizione semplice e breve: fargli fare una cosa sola per volta.

Se è sempre il titolare a dover "trascinare" il proprio staff e a essere l'unico ad avere a cuore gli incassi della farmacia e se lo è lo stesso titolare a voler disporre di una squadra affiatata in grado di dare il supporto che merita, se desidera davvero dare una svolta alla gestione della propria farmacia, dovrà essere inflessibile e mandare via chi rovina l'armonia e la coesione del gruppo e chi non produce. È un costo, anche emotivo, ma si deve agire per il bene comune. ■

COSMOFARMA
EXHIBITIONCURA.
ISPIRAZIONE.
EVOLUZIONE.BOLOGNA
19 - 21 APRILE 2024

TEMA FARMACIA PER COSMOFARMA EXHIBITION



Cosmofarma Exhibition rinnova l'appuntamento con la community italiana della farmacia dal 19 al 21 aprile 2024 a BolognaFiere. La ventisettesima edizione è accompagnata dal claim "Cura. Ispirazione. Evoluzione" che evidenzia tre concetti chiave: prendersi cura, che è ciò che sono chiamati a fare ogni giorno i farmacisti, l'ispirazione come scintilla perché attorno a un'idea abbozzata si lavora per costruire un buon progetto, infine, l'evoluzione come motore di confronto verso la crescita personale e professionale.

Tanti i contenuti che verranno affrontati nella tre giorni che si svolge con il patrocinio delle principali associazioni di categoria **Fofi**, **Federfarma**, **Fondazione Francesco Cannavò** e **Utifar** e ha l'obiettivo di porsi sempre di più come piattaforma di confronto, informazione e formazione al servizio dei professionisti del settore.

Tra gli appuntamenti imperdibili il **Cosmetic Summit**, in calendario **sabato 20 aprile** che vedrà il susseguirsi di diversi interventi: in apertura **Cosmetica Italia** presenterà le più recenti rilevazioni sull'andamento del settore nel canale farmacia. Spazio poi al tema dei **Giovani in farmacia**, davanti e dietro il banco: si analizzerà il rapporto della generazione Z con la farmacia, quanto incide la sostenibilità sulle loro scelte d'acquisto, la coerenza e la trasparenza del linguaggio nella dermocosmesi e, infine, spazio alle esperienze di alcuni giovani farmacisti tra content creation ed esperienze internazionali. Si inaugura un **filone scenario** che vedrà approfondire le tematiche di **mercato di stringente attualità**: si rinnova l'appuntamento con **Doxa Pharma**, che quest'anno proporrà un'inedita indagine sulle aspettative delle aziende verso la farmacia territoriale; **Ipsos**, che proporrà uno spaccato sull'impatto del contesto socio-economico sul



LA FARMACIA ITALIANA si incontra a BolognaFiere

comportamento di acquisto del consumatore e sulle attese nei confronti della farmacia, e **Kantar**, che quest'anno approfondirà il tema delle nuove generazioni di farmacisti. Si inaugura la partnership con **Marketers**, la più grande e importante community italiana per imprenditori, aziende e giovani che desiderano lanciare e gestire business digitali. Due gli appuntamenti in programma: il primo dal titolo **Digital Marketing per Farmacisti** offrirà un approfondimento sulle tecniche e gli strumenti di digital marketing più efficaci, specificamente adattati al settore farmaceutico, per dotare i farmacisti delle competenze necessarie per promuovere la loro attività online, attrarre e fidelizzare i clienti attraverso canali digitali e sfruttare le nuove tecnologie per distinguersi in un mercato sempre più competitivo. Il secondo appuntamento, **Leadership e Analisi per massimizzare i profitti**, si concentrerà invece sulla gestione del team. Il workshop mira a fornire ai farmacisti

nozioni di project management e di controllo di gestione applicate alla leadership di progetto e alla gestione dei costi con l'obiettivo di ottimizzare le operazioni quotidiane in farmacia e di massimizzare i ricavi. Sempre in ambito digitale si parlerà di **Influencer e content creator** insieme a **Pubblico Dell'irio** e **ONIM**, Osservatorio Nazionale Influencer Marketing per approfondire le buone pratiche di collaborazione tra farmacisti e farmacie. Spazio al mondo delle **community in collaborazione con Cosmofarma**: **Pharma Lovers** si concentrerà su tematiche di attualità come le tendenze in atto nel mondo del lavoro, il confronto generazionale, la comunicazione e l'intelligenza artificiale. **Blendistrict**, un incubatore innovativo, capace di far incontrare il pharma con il beauty, proporrà a **Cosmofarma** il suo approccio alla divulgazione applicata al settore della farmacia tramite l'utilizzo dei social media, per una corretta comunicazione digitale.

Tra le **iniziative speciali**, due convegni che valorizzano le sinergie della farmacia con i professionisti della sanità che operano sul territorio, quest'anno si parlerà del **podologo e la farmacia**. In un contesto sanitario in cui la prevenzione e la gestione delle patologie del piede assumono un'importanza crescente, l'integrazione della collaborazione podologo-farmacista rivela un potenziale notevole nel migliorare gli esiti per i pazienti. Sempre in relazione all'importanza di fare rete con gli altri professionisti in ambito salute, il convegno a cura di Fnovi - Federazione nazionale ordine veterinari italiani, dal titolo **"Sinergie tra medici veterinari e farmacisti. Nuove norme e contrasto all'antibiotico resistenza"**.

Appuntamento a **Cosmofarma Exhibition dal 19 al 21 aprile 2024 a BolognaFiere, il 19 aprile in contemporanea con Exposità 17-19 aprile.**



Fdirect Pharma e retailer: un rapporto sempre più digitalizzato

Piattaforma *multi-sided* che digitalizza il rapporto commerciale tra industria farmaceutica e farmacia, Fdirect presenta la sua App e le nuove funzionalità legate all'intelligenza artificiale a **Cosmofarma**, l'evento per il mondo farmacia. Marco Di Tonto e Stefano Beltrame, i *co-founder* di FTNet, la *start-up* innovativa proprietaria della piattaforma, presenteranno le novità di Fdirect. Ci saranno momenti di approfondimento sulle sue funzionalità: il pubblico potrà testare la piattaforma con il supporto del *team* Fdirect allo *stand*, conoscere le diverse funzioni, la tecnologia e le modalità di gestione dei dati. «**Cosmofarma** è un'importante opportunità all'interno del nostro percorso di crescita per questo, nei giorni della fiera, lanceremo la nostra App Fdirect, ma soprattutto presenteremo la nuova funzionalità: la Sentinella dello Stock basata sull'intelligenza artificiale. Con la nostra tecnologia portiamo a **Cosmofarma** temi estremamente innovativi, per questo abbiamo deciso di organizzare, all'interno del nostro *stand*, una tavola rotonda per discutere di AI e *cyber security* e di come tali tematiche rappresentino delle opportunità di sviluppo anche per il settore farmaceutico», spiega Marco Di Tonto. L'appuntamento è sabato 30 aprile, padiglione 30, stand E25/F26.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

101015



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

A ciascuno il suo integratore con Promolase® di Promopharma®

Grazie alla nuova linea Promolase® di Promopharma®, tutti possono scegliere l'integratore adatto alle proprie esigenze. Presentata in anteprima a **Cosmofarma 2024**, la linea sarà disponibile nelle migliori farmacie da fine aprile e comprende diverse referenze: multivitaminici, multiminerali, tonici e ricostituenti di alta qualità, formulati dai laboratori Promopharma® con i migliori principi attivi naturali e proposti in stick pack monouso semplici e comodi da assumere, molti dei quali per via sublinguale, in modo da migliorarne l'assorbimento e la biodisponibilità. La linea Promolase® comprende: Promolase 1000 Plus Magnesio e Potassio, Promolase 1000 Pronto Recupero, Promolase 1000 Multinutrient, Promolase 1000 Energy, Promolase 1000 Memory e Promolase 1000 Sostegno. www.promopharma.it



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



101015

B BB B BBB BB BB

BC C B
B BB C



k B BBBB B BC o BB B B BB
B B BB B B BB B B B

c 5 B B B 5 B B B B
c 6 C / k o B C/ BBB B BB B B B B

B BB B B BB BB B B B
d B B BB B B c BB B

B B B B BB B B B
B BB B B B B B

/ B B dc5B B B B 5 B

B B B B B B B B B B

B B k oC / B / 6BB B BB B B B B

B B B B BB B B BB B B

B B B B B B B 5 B

B B B B B B B B C B B B

BB BB B B B B B

B B B B B B B B B B B B B

B B B B B B B B B B B B

B B B B B B B B B B B B

B B B B B B B B B B B B

B B B B B B B B B B B B

B B B B B B B B B B B B

B B B B B B B B B B B B

B B B B B B B B B B B B

B B B B B B B B B B B B

B B B B B B B B B B B B

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

101015

B B BB BB B B 5 /dCBB B B
 B B B B B B B B B B B B
 B B B BB B BB B B

B B B Bo B B B B B
 B

Ck/ d B B B BB
 B

C

C

B C B o d B in

c B B B B B B B B B B B B B B B B B B B

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Notizie a Confronto

Comunicati Stampa

Social News

Offerte di Lavoro

fai.informazione.it

Social News

Cerca



In Primo Piano

Tutte le Sezioni

Politica

Cronaca

Esteri

Economia

Spettacolo...

Scienza...

Salute

Sport

Menù Utente

Economia

29 Marzo 2024 - 16:45:18 CET

Cinque occasioni da non perdere per le aziende italiane nel 2024



3 voti Vota Commenta



Tempo di lettura: 3 min.

29/03/2024 - 16:24 Aprile e maggio sono due mesi ricchi di opportunità per le aziende italiane grazie alle cinque principali fiere di settore che animeranno il calendario espositivo nazionale. **Cinque appuntamenti imperdibili** per fare business, consolidare relazioni commerciali, scoprire le ultime tendenze e ampliare i propri orizzonti sui mercati.

Segui fai informazione su



Altri articoli di possibile interesse



In occasione della Giornata mondiale dell'acqua 2024, la nuova denuncia di Greenpeace Italia sulla contaminazione da PFAS

Sandro Alioto, 10 giorni fa



Innovazione nella Scuola e nella Formazione: AICA e IC DL a DIDACTA 2024 (Firenze, 20-22 marzo 2024)

micheledacol, 15 giorni fa

Si parte con **Vinitaly**, la più importante fiera internazionale dedicata al mondo del vino che si terrà come di consueto a **Verona**. Giunta alla 56esima edizione,

Vinitaly rappresenta da sempre un evento strategico per le aziende vitivinicole che desiderano farsi conoscere da una platea di operatori e buyer provenienti da oltre 100 Paesi. Nei padiglioni di VeronaFiere avranno luogo incontri, degustazioni ed eventi formativi, oltre a un ampio spazio espositivo che consentirà di presentare le proprie etichette a **migliaia di visitatori qualificati**. Partecipare è indispensabile per comprendere le nuove tendenze di consumo, stringere preziosi contatti commerciali e ampliare la propria presenza sui mercati internazionali.

Poi **ExpoSanità**, fiera leader a livello europeo per il settore del biomedicale, dell'healthcare e della farmaceutica. Giunta alla sua 23esima edizione, ExpoSanità porterà a **Bologna Fiere** l'eccellenza del comparto sanitario con un ricco programma di eventi, convegni e seminari scientifici. Per le aziende operanti in questo strategico settore, partecipare significa avere l'opportunità di farsi conoscere da **oltre 60.000 visitatori professionali**, stringere nuove collaborazioni con centri di ricerca, laboratori e cliniche e tenersi aggiornati sulle ultimissime novità proposte dal mercato.

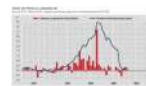
Nella stessa settimana si terrà anche **Cosmofarma**, manifestazione leader a livello internazionale dedicata all'healthcare retail e alla distribuzione farmaceutica. Giunta alla sua 26esima edizione, **Cosmofarma** riunirà a Bologna oltre 1.000 espositori e più di 30.000 operatori del canale. Un appuntamento irrinunciabile per le aziende che desiderano **consolidare la propria presenza nelle farmacie e parafarmacie italiane**, stringere contatti con i principali distributori e capire le esigenze di un mercato in costante evoluzione.

A maggio sarà la volta di **Packaging Premiere**, salone internazionale dedicato all'intera filiera del packaging industriale e dell'imballaggio che si terrà a **Fieramilano Rho**. Un evento che per tre giorni richiamerà a sé oltre 60.000 visitatori e più di 1.000 espositori. Partecipare consentirà alle aziende produttrici di imballaggi, macchinari ed equipment di **presentare le proprie soluzioni innovative a una platea qualificata** di industrie utilizzatrici, acquisendo nuovi clienti e allargando gli orizzonti commerciali.

Infine, sempre a maggio **Expoplaza Xylexpo**, il più importante appuntamento fieristico per il settore del legno, dell'arredo e delle costruzioni, tornerà a Milano per la sua 34esima edizione. Un evento in cui il **meglio dell'industria del mobile**, del complemento d'arredo e dei materiali da costruzione si darà appuntamento per tre giorni di incontri, seminari, presentazioni di prodotto e **matchmaking**. Partecipare consentirà alle aziende di settore di monitorare l'evoluzione del comparto, **stringere nuove collaborazioni** e scovare spunti e idee per affrontare al meglio le sfide del futuro.

Queste cinque manifestazioni rappresentano una ricca agenda di opportunità per le imprese italiane. **Partecipare è fondamentale** per fare il punto sullo stato di salute dei rispettivi mercati di riferimento, **ampliare il proprio network e pianificare strategie commerciali vincenti** per il prossimo futuro.

Con il contributo di **Allextire Srl**



Istat, stabile il dato sull'inflazione a febbraio 2024

Mario Falorni, 28 giorni fa



Istat, il dato sull'occupazione a gennaio 2024

Mario Falorni, 28 giorni fa



Rivoluzione e Innovazione: la nuova collezione Dior Autunno-Inverno 2024-2025 Illumina la Paris Fashion Week

Martina, 28 giorni fa



Arbitri e VAR della 27ª giornata di Serie A 2023-2024: l'elenco completo dell'AIA

Mauro Sartini, 28 giorni fa

fai informazione sul tuo sito

fai informazione widget

Desideri pubblicare le notizie di fai informazione sul tuo sito? Sei libero di farlo. **Scopri come...**

offerte di lavoro



La sezione lavoro di informazione.it raccoglie ed aggrega in tempo reale le offerte di lavoro delle principali aziende di recruiting operanti in Italia.