Marzo/Aprile 2023

iFARMA

iFARMA EDITORE Periodico mensile - Anno VII numero 58 - Reg. Trib. Milano n. 107 del 14 marzo 2017 - Editore: iFarma Editore s.r.l., via Boscovich, 61, 20124 Milano

THE NETWORK'S ROAD

Parola d'ordine co-costruire

AUGURI ISMAELE

L'uomo che gira gli angoli

NUMBERS

Save the date: 27 maggio 2023

digitalpharmacy
empowered by PHARMAP
I TUOI FARMACI A DOMICILIO

Vuoi migliorare i tuoi risultati?

Diventa digital
con i nostri tips!

SCARICA E SALVA GRATIS
la nostra infografica!

Ci trovate a Cosmofarma
STAND CGM C5–D6, PADIGLIONE 30

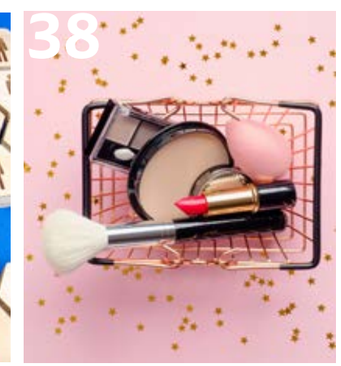
Scrivi a: **info@digitalpharmacy.it**

SOMMARIO

3. EDITORIALE
Uno sguardo al futuro
AUGURI ISMAELE
7. L'uomo che gira gli angoli
12. Due o tre cose che so di lui

Scenari

16. THE NETWORK'S ROAD
Parola d'ordine co-costruire
25. INIZIATIVE
Arriva *Numbers*
27. FILIERA
Relazioni di valore
30. EVENTO
Il farmacista al centro
36. AZIENDA
Una storia di famiglia
38. COSMETICA
Marketplace,
una piazza irrinunciabile
42. MIXER



facebook.com/Rivista.iFarma
http://lnked.in/iFarma

iFARMA EDITORE

iFARMA EDITORE SRL
via Boscovich, 61 - 20124 Milano
T: 02 2022941
info@ifarma.net
www.ifarma.net

PRESIDENTE
Ismaele Passoni

DIRETTORE EDITORIALE
Dario Passoni

DIRETTORE RESPONSABILE
Laura Benfenati (*direttore@ifarma.net*)

REALIZZAZIONE EDITORIALE
Proedi Comunicazione srl

REDAZIONE
Elena Peverata
Chiara Zaccarelli

HANNO SCRITTO SU QUESTO NUMERO
Mariasandra Aicardi, Carlo Buonamico, Rossella Gemma, Sergio Meda, Giorgio Flavio Pintus

REDAZIONE WEB
Dario Lucisano, Matteo Malvicini

ART DIRECTOR
Floriana di Maio

IMMAGINI
Cristiana Casotti, Edoardo Sardano, archivio iFarma Editore, Dreamstime, 123rf

ADVERTISING
Giancarlo Confalonieri
(giancarlo.confalonieri@ifarma.net)
Luana De Stefano
(l.destefano@passonieditore.it)
Sara Simone
(sara.simone@passonieditore.it)

AMMINISTRAZIONE
Simona Lena

REG. TRIB. MILANO No. 107, 14/03/2017
iFARMA EDITORE SRL ISCRITTO AL ROC No. 29799 DEL 28 GIUGNO 2017

PERIODICITÀ: MENSILE
DIFFUSIONE MEDIA: 18.000 COPIE

STAMPA: GRAPHICSCALVE SPA
LOCALITÀ PONTE FORMELLO, 1/3/4 - 24020 VILMINORE DI SCALVE (BG)

Nonostante l'editore abbia fatto il possibile per includere il copyright di ogni immagine, nel caso in cui ci fossero stati errori, omissioni o sviste ci scusiamo con i detentori del copyright in questione, i cui nomi verranno pubblicati nelle prossime uscite.

Sebbene il magazine iFarma abbia fatto il possibile per assicurare l'accuratezza delle informazioni pubblicate, non può essere considerato responsabile delle conseguenze sorte da errori o omissioni. Tutti i diritti sono riservati.
La riproduzione in tutto o in parte dei contenuti è proibita.

LIMICAN®
alizapride cloridrato

Potenza e selettività[1]

- **Risposta anti-emetica superiore** a metoclopramide[3]
- **Attività selettiva**, senza azione sulla neurotrasmissione colinergica[2]
- **Azione rapida**[2]

Per il trattamento sintomatico di vomito e nausea di varia origine[2]

Cod: LIM23PB001 – RCP incluso
Depositato presso AIFA in data 16/01/2023

LIMICAN 50mg – compresse – CLASSE C-RR
Prezzo: 17,00€

LIMICAN 50mg/2ml – soluzione iniettabile
Classe A-RR - Prezzo: 4,03€

Per la posologia, fare riferimento al Riassunto delle Caratteristiche del Prodotto.

ACARPIA

(RCP LIMICAN)

ACARPIA Farmaceutici
www.acarpia.com

[1] Horta ML, Vianna PTG. Br J Anaesth 2003; 91 (2): 287-289.
[2] LIMICAN®. Riassunto delle Caratteristiche del Prodotto.
[3] Oberling F. Ann Gastroenterol Hepatol (Paris) 1984; 20 (1): 59-61

EDITORIALE

Uno sguardo al futuro

Laura Benfenati
direttore

"Non sono d'accordo con quello che dici, ma darei la vita perché tu possa dirlo": sta tutta in questa frase, erroneamente attribuita a Voltaire, l'essenza di Ismaele Passoni come Editore, il nostro Editore che ha compiuto 80 anni a fine marzo. Anni vissuti sempre con il sorriso – lui detesta la cultura del lamento – e con un atteggiamento positivo verso le persone e il mondo: non ho ricordi, in quasi vent'anni che lavoro con lui, di averlo mai visto arrabbiato. Uomo di grande cultura e tante passioni, prima tra tutte la musica, Ismaele è vulcanico, piacevolissimo nella conversazione, innamorato della sua bella *Happy family* e sempre proiettato nel futuro. Potete leggere la sua vita avventurosa, percorsa "girando gli angoli", come hanno ben raccontato Sergio Meda e Giorgio Flavio Pintus che gli dedicano due articoli su questo numero.
Ha fondato le principali riviste di categoria – da *Tema Farmacia* a *Doctor Farmacia* a *Punto Effe* a *iFarma* – ha creato l'Educatore Sanitario, ha parlato di reti prima di tanti altri e poi le ha pure rese realtà, senza tuttavia appassionarsi al mondo della finanza come lo è di quello industriale.
Nel nostro settore gli vogliono tutti bene e tanti ci hanno scritto commoventi parole su di lui, le potete leggere da pagina 5. Lo abbiamo festeggiato più volte in questi giorni. A Roma, con tutti i vertici di Federfarma in occasione della presentazione del progetto *Numbers*, nato dalla *partnership* tra la nostra testata, il sindacato dei titolari di farmacia e l'azienda Dompé. E con una bella festa a sorpresa nella redazione di Passoni Editore e *iFarma*, tornata "a casa" in via Boscovich proprio in marzo grazie alla lungimiranza di Ismaele e al suo sguardo rivolto sempre al futuro.
Io, e anche molti altri colleghi, gli dobbiamo gli anni più belli e stimolanti della nostra vita professionale; tutti gli siamo riconoscenti perché il suo entusiasmo e la sua passione continuano a essere contagiosi. Auguri, caro Ismaele, da tutti noi. ■

Dibase
colecalciferolo

every Day

Pubblicità rivolta ai Medici depositata in AIFA il: 16/02/2023 - VIETATA LA DISTRIBUZIONE/ESPOSIZIONE AL PUBBLICO - MP 03.22 BIS BIS

30 capsule rigide
Euro 7,50

30 capsule rigide
Euro 10,50

CLASSE C - RR

Nuovi **dosaggi giornalieri** in capsule da 1.000 e 2.000 U.I., per rispondere alle diverse esigenze di supplementazione.[1-3]

ABIOGEN
PHARMA

1. Hossein-Nezhad et al. Mayo Clin Proc. 2013; 88: 720-755; 2. RCP Dibaselab; 3. RCP Dibase 2.000.

AUGURI ISMAELE

L'uomo che gira gli angoli

Auguri al nostro Editore con la E maiuscola, Ismaele Passoni, che a fine marzo ha compiuto 80 anni

Ismaele Passoni compie 80 anni. E non posso fare a meno di pensare che più di 40 di quegli anni sono trascorsi *en marchant dans les mêmes rues*, incrociandoci spesso, percorrendo qualche tratto insieme, discutendo e a volte litigando davanti a un bicchiere nella stessa osteria. Inevitabile, alla fine, conoscersi almeno un po'.

Qualcosa, in effetti, credo di averlo imparato, **sul quattro volte ventenne** Ismaele: per esempio che è un visionario, uno di quelli che vedono strade dove non ce ne sono e sono così pazzi da aprirle. **Uno che, come tutti i visionari, detesta gli angoli**, perché nascondono alla vista quel che c'è dietro, e dunque non resiste all'impulso di svoltarli, scoprendo inevitabilmente che appresso ce n'è ancora un altro.

Ed è così, svoltando compulsivamente un angolo via l'altro, che Ismaele ha scoperto miliardi di cose, attraversato molti mondi e vissuto molte vite, spinto dall'energia prodotta da una famelica curiosità e una profonda cultura, un mix che fa di lui un generatore inesausto di idee, progetti, iniziative, parole, musica, imprese e molto altro ancora.

A voler sintetizzare, Ismaele è uno che non ha fatto altro che provare a ridurre la distanza tra il mondo in cui gli sarebbe piaciuto vivere e quello in cui gli è stato dato di vivere. **Impresa che credo gli sia in buona parte riuscita**. Ma si guarderà bene dal riconoscerlo: farlo significherebbe fermarsi, rinunciare a svoltare altri angoli. E uno come lui, ne sono convinto, non sarà disposto a farlo nemmeno a 120 anni.

Per questo, tutto ciò che posso augurargli dal profondo del cuore è: *ad multos annos et angulos*, Ismaele. Credo alla fine che tu abbia ragione: dietro l'angolo, in genere, è dove si appostano la vita e il destino. Che non fanno mai visite a domicilio: bisogna andare a cercarseli. Proprio come hai sempre fatto tu.

Giorgio Flavio Pintus

Caro Ismaele, caro papà, caro nonno,
siamo felici di festeggiare i tuoi ottant'anni,
insieme a tutte le persone che conoscono
e apprezzano **il tuo carisma, il tuo bel carattere e il tuo grande cuore**.
Un traguardo, quello che celebriamo, davvero significativo, perché questi ottant'anni li hai vissuti con un'intensità unica, in continuo movimento, con la creatività e il coraggio che accompagnano ogni tua impresa e con la **ricerca di bellezza, di cultura e di sapere** che nutre le tue passioni, prima fra tutte quella per la musica.
Tutti conoscono **la tua inesauribile energia** e il costante sguardo che rivolgi al futuro e ancora la passione con cui abbracci ogni nuovo progetto.
Se noi, per questo importante traguardo, dovessimo aggiungere qualcosa di nostro per descriverti al mondo con poche parole, spiegheremmo di come la serenità che ti accompagna sia frutto della tua naturale **lontananza da qualsiasi forma di rancore, invidia o livore**.
Aggiungeremmo poi che dietro alla tua energia si cela una costante forma di gratitudine, che eserciti con la battaglia quotidiana contro quella che chiami "la cultura del lamento".
Quella stessa gratitudine oggi la facciamo nostra, per dirti che averti accanto è un dono.

Tanti auguri, con amore,
la tua Happy family

O Direttor che per Milan d'incostro
vai dirigendo stampa franca e onesta
piacciati pubblicar l'augurio nostro!

Per sua loquela già si manifesta
di quella nobil schiatta natio
ch'ai farmacisti l'intelletto desta.
Subitamente questa idea s'uscìo
d'una rivista; però m'accostai
chiedendo, a Guandalin, lo duca mio.
Ed el ci disse: «Volgiti! Che fai?
Vedi là l'Ismaele che s'è dritto:
da la cintola in sù (e sotto, nol sai...)».
S'avea già 'l nostro viso nel suo fitto;
ed ei s'ergea col petto e con la fronte
com'avesse l'altra stampa a gran dispitto.
E l'animose man del duca e pronte
ci pinser tra le scartoffie a lui:
«L'articolesse vostre poi sien conte».
Com'in timon di sua rivista fummo,
guardocci un poco, e poi, quasi sdegnoso,
ci dimandò: «Non penserete mica al
nummo?».
Ch'altri volea Trombetta e Tarabuso,
non gliel celammo, per giornali avversi;
ond'ei levò le ciglia un poco in suso,
poi disse: «Fieramente furo avversi
a me e a miei primi e a mia parte,
sì che per più riviste li dispersi».
«S'ei fur cacciati, ei tornar d'ogne parte»,
dicemmo a lui, «l'una e l'altra fiata;
ma a petto vostro non conoscon ben
quell'arte».
E 'l duca lui: «Passon, non ti crucciare:
vuolsi così colà dove si puote
scriveran per te, non dovrai dimandare».
Passon dimonio, con occhi di bragia
ai farmacisti nuove idee propone;
incita e sprona qualunque s'adagia.

Poeta fosti, e narrasti quel giusto
figliuol d'Asclepio che il camice indossa
poi che s'abbandonò alchimia e flogisto.
Ma tu perché ritorni a tanta noia?
Perché non suoni il dilettoso piano
che in più serate dette a noi la gioia?
Or se' tu quel Passoni e quella fonte
che spandi di parlar sì largo fiume?
Assieme a te teniamo alta la fronte.
O de li altri editori onore e lume
vagliaci l' lungo studio e 'l grande amore
che ci ha fatto produr più d'un volume.
Tu se' 'l maestro e noi l'autori,
tu se' il primo, colui a cui dobbiamo
la bella fama che ci ha fatto onore.
BUON COMPLEANNO ISMAELE!
Giuliano, Gianni e Marcello

Giuliano Guandalini, Marcello Tarabusi,
Giovanni Trombetta
Studio Guandalini

Ismaele, instancabile lavoratore, grazie alla sua visione moderna e alle sue capacità imprenditoriali è da sempre un punto di riferimento dell'editoria di settore. Buon compleanno, Ismaele, mille di questi giorni.

Marco Cossolo
Presidente di Federfarma

Auguri Ismaele, amico dei farmacisti
È un giorno speciale per tutti noi che vogliamo bene a Ismaele e da sempre apprezziamo il suo operato. Grande professionista, uomo solare e colto, ha raccontato 40 anni della nostra professione dando vita alle più prestigiose riviste del settore. Con lui mi sono spesso confrontato sui grandi temi della sanità e sulle questioni che più da vicino hanno interessato la nostra categoria, avendo modo di ammirarne il valore professionale ma anche le qualità umane, la sua instancabile energia, l'ottimismo, la passione e l'entusiasmo per il suo lavoro. Un editore vulcanico e un uomo perbene che è sempre stato dalla parte dei farmacisti. Gli auguro il meglio per questi suoi ottant'anni!

Andrea Mandelli
Presidente FOFI – Federazione
degli Ordini dei Farmacisti Italiani

Conosco Ismaele da molti anni e con il tempo è nata una solida amicizia, fondata sulla stima reciproca, che ci ha portato a collaborare e che ci porterà sicuramente a continuare a collaborare nel prossimo futuro. Auguri Ismaele!

Roberto Tobia
Segretario nazionale Federfarma

Cari auguri a Ismaele Passoni, amico da tanti anni. Da sempre attraverso le sue pubblicazioni aggiorna la categoria ponendo l'attenzione su professione e mercato grazie al confronto con quanto accade anche in altri canali. La sua attività e i suoi tanti progetti hanno contribuito all'evoluzione del nostro settore.

Annarosa Racca
Presidente Federfarma Lombardia

È davvero un piacere poter formulare gli auguri di un compleanno così importante a chi, come Ismaele, ha per me rappresentato un punto di riferimento insostituibile nella categoria, con la sua straordinaria capacità di guardare oltre gli scenari del periodo e con la forte determinazione a sostenere le proprie idee, anche quando potevano risultare sgradite ai più o magari soltanto a chi, in quel momento, occupava i vertici della professione. Come è facilmente intuibile, due doti non comuni da ritrovare nello stesso soggetto, ma che, pur portandolo a essere molto spesso una voce fuori dal coro, forse proprio per questo lo hanno reso una persona "speciale" del nostro mondo tanto professionale quanto imprenditoriale legato alla figura del farmacista. Auguri Ismaele.

Antonello Mirone
Presidente Federfarma Servizi

Ottant'anni sono un bel traguardo e per me è un grandissimo piacere fare gli auguri all'amico Ismaele. Mi torna subito in mente la grande amicizia e l'ottimo rapporto che aveva con mio padre Giacomo, e mi rivedo, giovane farmacista, assistere alle loro chiacchierate, piene di progetti, che mi hanno insegnato tanto. Entrambi hanno sempre guardato molto più in là e la storia gliene ha sempre dato ragione.
Ma Ismaele, senza saperlo, ha avuto molta importanza anche nella mia vita professionale e sindacale. Ricordo esattamente quando, durante le sue giornate di Riccione, negli anni '80, scattò in me l'idea di stimolare l'associazionismo giovanile tra i farmacisti e l'idea di proporre una Federazione, la Fenagifar, che oggi rappresenta una realtà importante all'interno del nostro scenario professionale.
Grazie Ismaele e ancora tantissimi auguri.

Eugenio Leopardi
Presidente di Utifar

Caro Ismaele, ormai sono passati molti anni da quando ci siamo conosciuti e l'amicizia e la stima nei tuoi confronti sono rimaste immutate. Con il passare degli anni sempre più mi ha colpito il tuo essere proiettato nel futuro. Futuro che è costante nei tuoi pensieri e nelle tue idee, che sempre esprimi con garbo e originalità. Voglio ricordare quando poche settimane fa ci siamo incontrati e abbiamo parlato di progetti e visione del mondo che verrà. Nel conversare sono rimasto colpito dall'entusiasmo e dalla freschezza del tuo pensiero, come se gli anni per te scorressero in senso inverso, sempre proteso in avanti con inventiva e intuizione. Buon compleanno Ismaele, sei un esempio per tutti di come va affrontata la seconda giovinezza.

Marco Nocentini Mungai
Responsabile Centro Studi Federfarma

Franco Falorni

Mio caro Ismaele, ti ho appena ringraziato su una delle riviste di divulgazione in materia farmaceutica che hai fondato e che ha ospitato il mio osservatorio legale – rimasto aperto per ventiquattro anni su ogni suo numero – per la piena libertà che hai dato ai miei scritti, talora corsari, sulla evoluzione non solo normativa del "sistema farmacia" come *unicum* di professione-struttura-servizio, posto a tutela della salute, quale diritto costituzionale di libertà. Ti faccio invece qui gli auguri per il tuo ottuagenario compleanno che si celebra nelle pagine della tua attuale iniziativa editoriale; lo faccio nel ricordo di un poeta friulano, a te molto caro, su cui si è cementata la nostra affinità elettiva, padre Davide Maria Turoldo, di cui sei stato amico, che teneva a Firenze le sue prediche ai credenti e ai non credenti dal pulpito dell'Annunziata, e che lo legava a Giorgio La Pira, il quale insegnava diritto romano lì accanto, in via Laura, nella facoltà giuridica di Piero Calamandrei ed Enrico Finzi, giuristi laici loro solidali in una visione prospettica di una società più giusta e più umana: Maestri d'un tempo che si è perpetuato per chi ne ha fatto tesoro. Auguri Lele, nel ricordo dei Padri, dal tuo Bruno.

Bruno Riccardo Nicoloso
Avvocato

Conobbi Ismaele alcuni anni fa e da subito scaturì una collaborazione professionale ma soprattutto un'amicizia profonda. Fu facile intendersi, perché è un uomo di grandi aperture e interessi che provengono dalla sua vasta cultura e lunga esperienza del contatto umano. Bisogna conoscerlo e frequentarlo per apprezzarne le qualità e la generosità, cosa che ebbi la fortuna di provare in momenti ludici e difficili anche con i rispettivi amici. È stato e sarà per me, sia come imprenditore sia come amico, un punto di riferimento importante. Tanti auguri e lunga vita amico mio.

Giuseppe Anguilla
Jakin Group President

Ismaele Passoni! Un amico? Qualcosa di più! Ci siamo conosciuti parecchi anni fa a un convegno e poco dopo aver commentato la noia che ci circondava ci siamo messi a parlare della passione che ci accomuna, la musica. Scoprimmo poi che eravamo vicini di spiaggia e da lì è partita una frequentazione che non è mai cessata, sviluppandosi in viaggi e vacanze con le rispettive famiglie.
Ma chi è Ismaele? Un personaggio unico sia per la sua visione della vita sia per la gioia di vivere. Un esempio aneddotico per spiegare chi è Ismaele: mentre eravamo a Vienna, in un freddo dicembre, entrammo in una triste galleria d'arte dove in un angolo c'era un vecchio pianoforte. Tutto a un tratto lui si mise a suonarlo in tutta semplicità e spontaneità, tra lo stupore dei pochi frequentatori, raccogliendo il plauso di tutti. Avrei altri momenti da raccontare ma non basterebbero a darne l'immagine di uomo vero, di un vero amico.

Enrique Häusermann
Presidente Egualia

Caro Ismaele, innanzitutto ti porgo i miei più sentiti auguri di buon compleanno! Come dimenticare quel giorno di qualche anno fa quando mi rivolgesti questa domanda: «Ma come mai ci conosciamo da oltre 25 anni e non abbiamo mai avuto occasione di lavorare insieme?». Una semplice domanda ma che racchiude l'essenza di cosa hai rappresentato per me: onestà intellettuale, rispetto, stima. Valori che ti hanno sempre guidato a prescindere. Per il mondo farmaceutico, invece, hai rappresentato cosa significa pensare "*out of the box*", avendo una mente e un animo innovatore. Ciò che hai saputo creare come imprenditore è sotto gli occhi di tutti e dà la giusta dimensione, anche da questo punto di vista, di Ismaele Passoni. Cosa

dire se non complimenti e ancora 100 di questi giorni! Auguri!

Salvatore Butti
General Manager & Managing Director
EG Stada

Che dire dell'amico Ismaele che raggiunge il traguardo degli 80 tondi tondi... e come un ragazzino mi parla ancora di nuovi progetti imprenditoriali? Sin dall'inizio il mio mentore in questo settore, che ho approcciato più di 25 anni fa, riconoscendo in Ismaele un antesignano di tante innovazioni che hanno caratterizzato lo sviluppo della farmacia italiana. Non posso che ringraziarlo per i preziosi consigli e le opportunità che mi ha sempre riservato, e augurargli di mantenere ancora a lungo l'entusiasmo e la freschezza dei visionari! Auguri, Massimo.

Massimo Cherubini
Presidente Value Relations

"Ottanta" piacere di vederti per scambiarci le opinioni sul farmacista e sulla farmacia. Caro Ismaele quante volte ci siamo fatte queste promesse nei quarant'anni di conoscenza. In questi anni abbiamo vissuto corsi e ricorsi di una professione in continuo cambiamento. Devo dirti con molto piacere che per me hai e continui a occupare un angolo prezioso della mia vita. Sei un grande editorialista, ricordo quando mi dicevi che non volevi essere "un sacrestano della farmacia". La passione che continui a mettere nel lavoro è invidiabile. Auguroni e un invito formale che ti faccio insieme all'amico Giuseppe Impellizzeri: vediamoci un giorno per giocare in un laghetto con le barche di carta o per rompere gli zebedei ai lavoratori che riparano le strade... Auguroni e un abbraccione

Giancarlo Esperti
Già Direttore di Federfarma Servizi

In un giorno speciale della sua vita desidero essere vicino all'amico Ismaele Passoni, manifestandogli i miei più sinceri e cordiali auguri per il suo ottantesimo compleanno. Ho conosciuto oltre quarant'anni fa questo instancabile giornalista, dal nome melvilliano, ma anche editore e imprenditore nel senso più pieno del termine, quando propose (anzi quasi impose) a Federfarma la rivista *L'Educatore Sanitario*, da diffondere nelle farmacie italiane e destinata agli utenti del servizio farmaceutico. Da allora le sue iniziative editoriali e imprenditoriali si sono moltiplicate e oggi *iFarma*, egregiamente diretta da Laura Benfenati, è senza dubbio la più prestigiosa e vitale rivista del settore farmacia.
Con un abbraccio forte e sentito, auguro a Ismaele Passoni, *hombre vertical* della farmacia italiana, un felice compleanno!

Giuseppe Impellizzeri
Già Direttore di Federfarma

Con Ismaele abbiamo condiviso suggestioni e riflessioni sulle possibili evoluzioni che avrebbero potuto interessare il futuro della farmacia italiana. Queste "incursioni negli orizzonti" partivano spesso da una comune considerazione: la necessità di aggregare le farmacie così come le loro strutture di riferimento. Ecco perché quando sono iniziate le acquisizioni delle farmacie comunali da parte di gruppi terzi, spesso riconducibili al mondo della distribuzione intermedia anche straniera, ci siamo spinti a immaginare la possibilità che simili aggregazioni potessero, in analogia, interessare anche le farmacie private. Con il passare degli anni le intuizioni che molti ritenevano eccessivamente futuristiche si sono poi realizzate, ma spesso con declinazioni diverse rispetto a quanto avevamo immaginato. Ciò perché in alcuni passaggi abbiamo cercato di programmare il futuro con lo sguardo rivolto al passato, un passato importante, prestigioso, ma che purtroppo ha dovuto fare i conti con il cambiamento che sempre più forte bussava alle porte del nostro mondo. Ma le sfide, o le opportunità, a seconda del punto da cui le si guarda, non sono finite. Anche per questo con Ismaele continuiamo a immaginare quali possano essere i percorsi da intraprendere, gli orizzonti verso cui dirigersi. Il tutto accompagnati dalla consapevolezza che un sano ottimismo è più che giustificato per una categoria che potrà sicuramente proiettarsi con successo anche nel futuro purché sappia valorizzare gli oltre 800 anni di storia e di servizio in favore dei cittadini e delle istituzioni, senza chiudersi alle istanze che vengono da un mondo in continua evoluzione. Un affettuoso saluto per i tuoi primi 80 anni!!!!!!!!!

Augusto Luciani
Già Presidente Federfarma Umbria

Laura mi ricorda che stai raggiungendo, precedendomi, l'ambita vetta degli 80 anni. E così il pensiero va al lungo cammino che ci ha accomunato, alle tante occasioni che ci hanno visto attraversare professionalmente la strada, e soprattutto al mio merito (o fu colpa? Ai posteri l'ardua sentenza) d'averti introdotto in questo settore. Dovrei augurarti d'andare in pensione, ma ti so impegnato in nuove avventure. È il tuo modo (ma forse anche il mio) per sentirci sempre vivi e per cercare di evitare così il rimbambimento che l'età spesso comporta. Agli altri, ovviamente. Ciao e tanti auguri.

Lorenzo Verlato
Direttore di Farma 7 e Farma Mese

Caro Ismaele, i tuoi 80 anni sono un esempio di vitalità e di entusiasmo rari, ogni giorno regali benessere e fiducia a tutte le persone a te vicine e sono felice (fortunato) di essere tra queste. Tantissimi auguri amico mio.

Claudio Maiocchi
Presidente Digital Solutions

Visione, iniziativa, Passoni.
In questi anni dedicati al canale farmacia ho incontrato molte persone. E voglio ringraziare di cuore Ismaele perché mi ha dato un esempio. Un grande esempio. Ismaele è una delle poche persone che non si arrendono mai. Conosce benissimo pregi e difetti del canale, sa che generalmente le novità vengono accolte con diffidenza. Ma sempre, e sottolineo sempre, parte con un grandissimo entusiasmo pronto a nuove iniziative. Pioniere instancabile, non molla mai. Ma oltre la sua voglia, gli riconosco un altro talento: l'analisi. Parte, ma sa riconoscere se il gioco vale la candela. Non dimentico mai un giudizio che mi diede qualche anno fa: «Nicola, non devi essere così importante, perché lavori troppo!». Ismaele come hai ragione! Auguri di cuore.

Nicola Posa
Amministratore delegato
Shackleton Group

Auguri a un maestro editore capace di navigare per tutti i mari resistendo alle onde di ogni forza. Con affetto.

Andrea Jarach
Amministratore unico Proedi

CRESCIAMO,
PERCHÉ ABBIAMO RADICI PROFONDE.

Era il 1926 quando Giovanni Recordati fondò a Correggio il Laboratorio Farmacologico Reggiano per la ricerca e produzione di farmaci.

Su quelle radici, Recordati è cresciuta, grazie a un'attenta strategia di internazionalizzazione, con l'acquisizione di società farmaceutiche nei mercati più competitivi. Una crescita resa ancora più solida con la quotazione in Borsa nel 1984, che ha aperto il capitale societario agli investitori e al pubblico risparmio, in un Paese desideroso di crescere.

Da allora, Recordati non ha mai smesso di affrontare le grandi sfide dei mercati internazionali, aumentando in modo esponenziale il proprio valore, e insieme promuovendo la sostenibilità del sistema salute con investimenti in ricerca e in programmi di aggiornamento per gli operatori sanitari.

Oggi Recordati è una società globale che dà lavoro a oltre 4.300 persone, e commercializza marchi propri e frutto di specifici accordi di licenza in circa 150 Paesi di tutto il mondo.

Con un cuore che continua a battere in Italia e un cervello impegnato da sempre a migliorare la salute e la qualità di vita delle persone, Recordati offre, da un lato, prodotti di qualità e accessibili in una vasta gamma di aree terapeutiche e, dall'altro, persegue una strategia volta ad accrescere la propria presenza nel segmento delle malattie rare, al fine di fornire trattamenti innovativi che rispondano a gravi bisogni medici insoddisfatti.

Una storia di tradizione e innovazione, che nasce familiare ma cresce nella passione di tutte le persone che hanno contribuito a fare del marchio Recordati un simbolo dell'impegno per il benessere e la salute.

Un impegno che è anche una promessa per il futuro. Con la stessa fiducia e coraggio con cui Giovanni Recordati piantò quel seme più di 90 anni fa.

HORACE

www.recordati.it

RECORDATI

AUGURI
ISMAELE

Due o tre cose che so di lui

Creativo, curioso e mai stanco di nuovi interessi e sfide: così è Ismaele Passoni. Un amico di quasi una vita riassume in queste note il multiforme e brillante percorso del nostro Editore

di Sergio Meda

Vi racconto un signore che conosco e con cui collaboro da oltre quarant'anni, da quando ha trovato nell'editoria, a vario titolo, grandi soddisfazioni. Dopo il liceo classico, durante l'università, a soli 21 anni comincia a insegnare in una terza media, con un programma sperimentale a cura di Rai e ministero della Pubblica istruzione, e già coltiva l'altra sua passione, la musica, in particolare il pianoforte, che conosce da autodidatta, componendo armonie. Non per caso, ventiduenne, è fra gli autori dei 13 volumi della *Storia della Musica* per Fabbri Editori, una pietra miliare nella didattica di un tema che in Italia si insegna a fatica. Molti gli sono grati.
Dai 19 ai 25 anni gira il mondo come segretario della Gioventù musicale italiana, sezione di Monza. Frequenta i grandi convegni musicali europei ed extraeuropei. Di quelle esperienze ha ricordi dolcissimi, in mezzo a coetanei di ogni dove. E a 26 anni, tra mille impegni, si laurea in Lettere Classiche. Si iscrive anche a Medicina avendo nel mirino Albert Schweitzer, che vorrebbe emulare. Piano ambizioso, irrealizzato.
Nel frattempo scrive anche di scuola, portatore di istanze poco accolte e mai praticate. Senza rimpianti, le ipotesi di lavoro sono tali, non devono per forza avere gambe e trovare applicazione.

LA MUSICA E LA CULTURA

Nei primi anni Settanta si misura di nuovo con le armonie, cura la traduzione liricometrica dei salmi composti da padre David Maria Turoldo e l'anno successivo, in collaborazione con Bepi De Marzi, musica alcuni salmi e cantici composti dall'illustre teologo per il rinnovamento della liturgia. Un lavoro imponente che non vede il consenso della Chiesa – i brani sono giudicati di eccessiva intensità poetica – mentre incontra grande favore tra gli appassionati: lo invitano in trasmissioni tv in prima serata, come "lo spazio musicale" di Gino Negri. Ne sono testimonianza un vendutissimo LP (Fonit Cetra) e diverse musicassette e CD che riepilogano i concerti, presto introvabili. In ogni caso la scuola, sino alla fine degli anni Settanta, lo vede in prima linea, insegnante apprezzatissimo.
Nell'ottobre del 1973, trentenne, apre ancora i suoi orizzonti: la comunità vietnamita di Parigi, che frequenta, gli sollecita un viaggio in Vietnam, di cui riferisce per Tempo illustrato, dopo aver pubblicato nel 1972, con Livia Rokach, un libro sulle torture subite dai prigionieri politici.
Spazia ancora, amplia il perimetro d'azione: all'inizio del 1974 fonda, con alcuni amici, il Centro studi di Montalbano, nella Bergamasca, collegato al priorato di Sant'Egidio in Fontanella, centro in cui operava padre David Maria Turoldo. Sono anni ricchi di frequentazioni in cui entra in contatto con i grandi esponenti della cultura e dell'impegno sociale: Gabriel García Márquez, padre Ernesto Balducci, Raniero La Valle, Enzo Bianchi, Franco Fortini, Giulio Maccacaro, Franco Basaglia. Con alcuni di loro entra in amicizia. Le trascrizioni degli incontri vengono raccolte ne *I Quaderni di Montalbano.*

IL MOMENTO DELL'EDITORIA

È venuto il momento di una nuova passione, legata al mondo sanitario. Si chiama editoria: inizia con la collaborazione a *Il Farmacista moderno* e nel 1979 a Panorama Farmaceutico di cui diventa direttore. A seguire nasce l'editore: prima fonda Miledi Edizioni, poi nel 1981 Farmaedizioni, che dà vita all'Educatore Sanitario, mensile per il

ISMAELE PASSONI CON ALBERTO AMBRECK, AUGUSTO LUCIANI, LA FIGLIA LARA, CON LA SUA HAPPY FAMILY E ALL'EVENTO DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO NUMBERS

largo pubblico veicolato in farmacia.
Sempre lui, nel 1983 crea Ariete Edizioni, che propone riviste scientifiche di successo quali Meditime, Doctor, Tema Farmacia, venduta alla UTET nel 1988, anno in cui propone *Doctor Farmacia* e un decina di altre pubblicazioni legate alle varie specialità mediche. Nascono manuali scientifici, congressi ed eventi di aggiornamento per medici e farmacisti. Tenta anche la via dell'edicola con *Doctor la Salute in Famiglia*, un successo effimero. Negli anni Ottanta è tra gli editori di *Gran Milan*, a fianco dei grandi industriali meneghini.
Tutto quanto culmina, nel 1990, nella cessione di Ariete ai francesi di Oros Medical. Negli ultimi anni della sua attività in Ariete ha frequentato il grande cardiochirurgo Christiaan Barnard, di cui ha pubblicato l'edizione italiana di *50 Ways to a Healthy Heart* (*50 consigli per un cuore sano*, Passoni editore - Fondazione Barnard). Nel frattempo saggia la tv, produce una rubrica di salute in onda su Canale 5, al mattino, durante la trasmissione *Buongiorno Italia*.
Di nuovo "a casa", nel 1995, dà vita a una casa editrice che porta finalmente il suo nome, e provvede con *M.D. - Medicinae Doctor* ad aggiornare i medici di base, cui segue l'ideazione di Cosmofarma, condivisa subito con altri colleghi, e diventata negli anni un punto fermo per la categoria. Con alcuni imprenditori dà vita a *Il Telegiornale*, quotidiano popolare diretto da Gigi Vesigna e con Antonio Di Pietro garante del lettore, ma l'edicola non gli riserva soddisfazioni.
Nel 1999 fa nascere *Punto Effe*, che cederà nel 2013. Ma è sempre in spinta: il giornale che avete in mano nasce nel 2017, è l'ultimo nato di una serie che muove da altri mondi: la scuola, la musica, il giornalismo sociale. Avrebbe potuto scendere in politica, ma non faceva al caso suo.
A Ismaele Passoni, adesso lo conoscete meglio, dobbiamo molto per la sua curiosità e il desiderio di innovare, incurante se gli convenisse o meno. E gli dobbiamo un augurio per i suoi "quattro volte vent'anni" che ricorrono in questi giorni, in attesa di registrare qualche altro suo slancio nell'editoria o altrove. Non temete, succederà. ■

DALL'ALTO: ISMAELE CON IL NIPOTE GIANCARLO CONFALONIERI, CON LA MOGLIE LAURA COCCHI E I TRE NIPOTINI E AL FESTEGGIAMENTO IN REDAZIONE E A ROMA ALL'HOTEL FORUM CON TUTTI I VERTICI DI FEDERFARMA

I SORBETTI DI HELAN

3 viaggi olfattivi tra indelebili ricordi e suggestivi sogni

LemonFizz

CocoMint

MangoBoom

Visita il sito per approfondire:
- la filosofia formulativa
- le caratteristiche di ogni prodotto
- i test eseguiti.

Inquadra e iscriviti alla newsletter per rimanere sempre aggiornato sulle novità dal mondo Helan.

www.helan.it

cosmesi di laboratorio
HELAN
GENOVA
L'efficacia nelle erbe
MADE IN ITALY

I prodotti Helan sono distribuiti in Erboristeria, Farmacia, Parafarmacia e sul sito **www.helan.it**, anche con servizio pickup point.

HELAN IS ANIMAL FRIENDLY
LAV – DALLA PARTE DEGLI ANIMALI

Scenari

Numeri, trend, questioni legali e fiscali, distribuzione, modelli organizzativi, istituzioni e aziende

16. THE NETWORK'S ROAD
Parola d'ordine co-costruire

25. INIZIATIVE
Arriva *Numbers*

27. FILIERA
Relazioni di valore

30. EVENTO
Il farmacista al centro

36. AZIENDA
Una storia di famiglia

38. COSMETICA
Marketplace, una piazza irrinunciabile

42. MIXER

Parola d'ordine co-costruire

Il farmacista dall'individualismo verso l'aggregazione: un percorso non facile, che chiede di rompere con una tradizione culturale propria della categoria. Ma è un passaggio ineluttabile, che l'industria e la distribuzione attendono positivamente per poter costruire insieme un nuovo rapporto di partnership

di Rossella Gemma

Solo il 17 per cento delle farmacie italiane ha già aderito a una rete, ma all'interno della categoria è iniziata a crescere in maniera esponenziale la consapevolezza che, citando un antico proverbio africano, "insieme si va più lontano". Soprattutto in un momento storico come quello attuale, in cui la farmacia ha subito forti cambiamenti ed è chiamata a rispondere a esigenze di salute sempre maggiori e diversificate. Il cambio di passo è possibile e rappresenta una delle sfide imposte dalle catene e dai *network*.
Se ne è discusso alla quarta edizione di *The Network's Road*, l'appuntamento annuale di *iFarma* svoltosi lo scorso 16 marzo a Roma, nella splendida cornice del Nobile Collegio Chimico Farmaceutico.

Al centro della mattinata di lavori la discussione con aziende, farmacisti, distribuzione e rappresentanti delle reti sulla costruzione di un nuovo modello di *partnership* che parta da progetti innovativi e logiche di collaborazione. Soprattutto in funzione del nuovo ruolo del farmacista e dell'evoluzione verso la farmacia dei servizi.

DELLE RETI NON BISOGNA PARLARE, BISOGNA FARLE

«Non bisogna mettere la testa sotto la sabbia. Il farmacista deve prendere coscienza del fatto che da solo non ce la può fare. Essere da soli è l'esatto contrario che essere indipendenti», ha dichiarato, senza mezzi termini, il presidente di Federfarma Marco Cossolo in apertura dei lavori. Ma perché sono così importanti le reti di farmacie? È ancora Cossolo a spiegare che lo sono, per esempio, «per la condivisione di figure professionali e di *skills* organizzativi».
Per il presidente di Federfarma la vera democrazia non è continuare a discutere delle reti, ma capire come farle.
In effetti, la buona notizia emersa dal convegno al Nobile Collegio è che il processo di trasformazione che ha interessato e continua a interessare la farmacia italiana, anche sulla scia dell'esempio europeo, impone alla categoria di passare dalla teoria alla pratica per far fronte sia alle maggiori e nuove esigenze dei clienti-pazienti sia all'imporsi dell'*e-commerce*.
Numeri alla mano, Francesco Cavone, *Head of Integrated Analytics* di Iqvia, ha sottolineato come «la farmacia degli ultimi tempi ha vissuto numeri eccezionali, ben l'8,1 per cento in più rispetto al 2020, un valore positivo che stanno dando linfa al sistema. E a confluire in questa crescita, incredibilmente, c'è anche il farmaco etico. Ma gennaio e febbraio hanno registrato un calo significativo che deve far riflettere».
Proprio dai dati Iqvia emerge che possono essere considerate associate in una rete solo il 17 per cento delle farmacie totali, che corrisponde al 18 per cento di fatturato nazionale. «E questo ci dimostra che la catena non ha ancora un posizionamento forte sul territorio».

NELLA PAGINA ACCANTO, IL PRESIDENTE DI FEDERFARMA MARCO COSSOLO E I RELATORI IN APERTURA DEI LAVORI DI THE NETWORK'S ROAD. IN QUESTA EDIZIONE L'EVENTO È STATO OSPITATO NELLA SEDE DEL NOBILE COLLEGIO CHIMICO FARMACEUTICO, SAN LORENZO IN MIRANDA NEL FORO ROMANO.

SOTTO, DA SINISTRA: FRANCESCO CAVONE, HEAD OF INTEGRATED ANALYTICS, IQVIA; GIOVANNI TROMBETTA, STUDIO GUANDALINI.

Puoi proteggere il tuo cane da **pulci e zecche** con **FRONTPRO®**, **nuova gustosa compressa masticabile**, facile da somministrare, ad azione mirata **fino a 30 giorni.**

IN FARMACIA. Senza obbligo di prescrizione.

ELIMINA LE PULCI · ELIMINA LE ZECCHE · PROTEGGE LA CASA

Boehringer Ingelheim

È un medicinale veterinario senza obbligo di prescrizione (SOP) che può essere consegnato solo dal farmacista. Leggere attentamente il foglio illustrativo. Non utilizzare nei cuccioli di età inferiore alle 8 settimane o con un peso inferiore a quello indicato per ogni confezione. **L'uso scorretto può essere nocivo, chiedi consiglio al tuo veterinario.**
Aut. Pub. 01/VET/2023

DALL'ALTO A SINISTRA, IN ORDINE ORARIO: MARCELLO TARABUSI, STUDIO GUANDALINI; ERIKA MALLARINI, ASSOCIATE PROFESSOR DI PRACTICE OF GOVERNMENT, HEALTH AND NOT FOR PROFIT, SDA BOCCONI; PAOLO BERTOZZI, HEAD OF INDUSTRY PHARMA, TRADELAB; NICOLA POSA, AMMINISTRATORE DELEGATO SHACKLETON CONSULTING

MANCA CULTURA D'IMPRESA

Che la strada da percorrere sia ancora in salita, lo hanno confermato anche Marcello Tarabusi e Giovanni Trombetta dello Studio Guandalini di Bologna. «Ci sono ancora tanti farmacisti che non hanno capito il cambiamento in atto – precisa Tarabusi – e continuano a ragionare con il cordone ombelicale attaccato alla propria farmacia. Bisogna, invece, spogliarsi da questo individualismo imparando a ragionare sul valore generato dall'aggregazione». Tarabusi ha poi precisato che, sebbene stando all'analisi massiva dei bilanci pubblicati le farmacie indipendenti mostrino *performance* non inferiori e in molti casi migliori di quelle delle farmacie inserite nelle catene, serve prudenza. «È sicuramente un fenomeno transitorio, che probabilmente già nell'analisi dei bilanci 2022 potrebbe in parte ridimensionarsi. I farmacisti indipendenti non devono cantare vittoria: alla categoria manca ancora una moderna cultura d'impresa indispensabile per sopravvivere in un mercato che può subire forti accelerazioni».
Per Giovanni Trombetta, è fondamentale capire se la crescita delle reti sarà dettata da criteri di acquisizioni strutturate con strategie finanziarie o gestionali.
«Il mercato delle reti sta andando verso un certo grado di maturità e il successo può arrivare attraverso un miglioramento della struttura organizzativa delle farmacie, ma anche con la semplificazione dei processi in cui è coinvolto il titolare. È indubbio che si debba insistere sulla valorizzazione di strumenti partecipativi per titolari e collaboratori».

L'INDUSTRIA COME PARTNER

Passare da una *forma mentis* individualistica a una di *partnership* non è scontato per il farmacista. Ma l'evoluzione è possibile, oltre che necessaria, e passa attraverso l'aggregazione. Erika Mallarini, associate *professor di Practice of Government, Health and Not for Profit* alla SDA Bocconi, ha precisato che se prima i *retailer* rappresentavano solo il canale logistico, con il passare del tempo hanno iniziato a offrire delle opportunità alle aziende, diventando dei clienti e poi dei veri e propri *partner*. «In questo passaggio diventano fondamentali le reti e quindi l'importanza per le farmacie di associarsi in gruppi. Non è colpa dei farmacisti se nel loro campo questo passaggio avviene molto lentamente. La farmacia ha sempre avuto un ruolo diverso rispetto agli altri

NOVITÀ

HYDRA GENIST

Acido ialuronico naturale
+ Fermento estremofilo

E LA TUA PELLE SI REIDRATA IN PROFONDITÀ*

LIERAC
IL LINGUAGGIO DELLA PELLE

Per informazioni contattare Laboratoire Native Italia

*strati superiori dell'epidermide

retailer, perché la sua ragion d'essere non è primariamente di tipo commerciale». Di fatto, in origine, la farmacia non poteva rappresentare un *partner* per le aziende del farmaco. «Oggi invece, che molte cose sono cambiate, la farmacia rappresenta una vera opportunità per le aziende del farmaco che hanno bisogno di un *retailer* più evoluto». «Anche l'*e-commerce*, nonostante la scarsa dimensione del suo mercato, riesce a offrire più servizi all'industria: è un abile negoziatore quindi ne riduce i margini, ma al contempo ne incrementa il mercato», ha concluso Mallarini.
Oltre ai numeri e le dinamiche a valle della filiera, sta cambiando sempre di più la relazione tra industria e distribuzione, come ha spiegato Paolo Bertozzi, *Head of Industry Pharma* di TradeLab: «Siamo abituati a pensare alla relazione tra industria e distribuzione come uno scambio monodirezionale, nel quale l'industria vende dei beni agli intermediari commerciali, i quali a loro volta li vendono ai *retailer* (in questo caso le farmacie) o, se integrati, ai consumatori. In realtà lo scambio è più complesso e bidirezionale. La distribuzione vende dei servizi e non li vende solo ai farmacisti o ai consumatori ma anche a monte. Catene e *network* sono quindi in concorrenza tra loro per offrire alle aziende di produzione servizi di "*go to market*" e per ottenere da esse le maggiori e migliori risorse economiche e progettuali».

L'IMPORTANZA DELL'ESPOSIZIONE

Incentrato sul monitoraggio della *performance* delle reti rispetto all'esposizione l'intervento di Nicola Posa, ad di Shackleton Consulting. «Ho voluto vedere con i miei occhi la *performance* in farmacia e allora ho preso la mia auto e ho girato i punti vendita a Torino. Dalle visite fatte nelle più importanti catene a livello nazionale, emerge la centralità del banco nell'esperienza di acquisto. Attese zero, punti vendita ordinati, sebbene da migliorare il coinvolgimento del cliente e l'accoglienza». Dato rilevante: la *performance* migliora proporzionalmente all'aumento dei numeri dei clienti in farmacia. «Il confronto dei modelli espositivi delle varie insegne è sempre stato oggetto di studio degli addetti ai lavori, per capire i "segreti" del *visual merchandising*. Per passare a progetti di *category management* in collaborazione tra industria e distribuzione, orientati al servizio al cliente. La stessa metodologia è applicabile per la farmacia».

LA TAVOLA ROTONDA DELLE RETI

Assodata l'ineluttabilità dell'adesione a una rete da parte dei titolari, *The Network's Road*

DA SINISTRA: MIRKO DE FALCO, UMBERTO GALLO, GIANLUCA STRATA, LAURA BENFENATI, ALESSANDRO ORANO, DAVIDE POLIMENI, GIANLUIGI PERTUSI E AMEDEO SQUILLACE

Euphralia®
GOCCE OCULARI

Una nuova storia per i tuoi occhi

Nuova linea con formule specifiche in caso di secchezza oculare, rossore e sintomi allergici.

Euphralia gocce oculari sono dispositivi medici CE0373/CE1936. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni per l'uso. Materiale riservato ad operatori sanitari.

BOIRON®
La tua salute merita il più grande rispetto

è stato anche l'occasione per ragionare con l'industria su come sta cambiando il rapporto con le singole farmacie e con le reti. Nel corso della Tavola Rotonda moderata dal direttore di *iFarma* Laura Benfenati, Gianluigi Pertusi di Chiesi Farmaceutici ha sottolineato che l'industria vede nelle reti la possibilità di facilitare progetti di formazione e una maggiore possibilità di razionalizzazione della distribuzione e logistica.
«In un paradigma che è in continuo cambiamento – ha evidenziato Amedeo Squillace di Esserre Pharma – bisogna dare valore alle *partnership*, mettendo a fattor comune il *network*. Fare studi di *real life* fa sì che si crei valore su ricerca e innovazione per anticipare i *trend* di consumatori sempre più esigenti».
Per Davide Polimeni di Dompé, il segreto per una ricetta che funzioni è creare *partnership* che concilino sostenibilità aziendale e offerta personalizzata. «Uno dei temi chiave è concentrarsi sul "come" creare un modello condiviso che ci dia modo di scegliere il nostro campo di gioco».
Fiduciose, dal canto loro, le catene di farmacie che hanno partecipato al dibattito. «I farmacisti stanno capendo – ha detto Alessandro Orano di Cef – che è importante aggregarsi, che stare da soli è un limite mentre stare insieme è un valore». Della necessità di uno sforzo progettuale per un cambio di passo ha parlato Gianluca Strata di Apoteca Natura. «È necessario sempre di più affermare un modello di farmacia che pensi davvero alla salute delle persone, andando però di pari passo con l'aggregazione, per un vero e proprio "percorso di salute" del cittadino».
Umberto Gallo, di Farmacie Italiane, ha sottolineato che «per quanto si sia avanti sulle catene di proprietà, è debole la situazione dei *network*. Non ragioniamo in ottica numerica ma di valore: siamo presenti nei luoghi dove ce n'è bisogno».
Per Mirko De Falco, Farmá-Accento Salute, che ha chiuso gli interventi della tavola rotonda, la soluzione per gestire con successo le relazioni di questo sistema vanno ricercate nel «combinare le competenze del farmacista con le potenzialità degli strumenti di *Business Intelligence* nella raccolta e analisi di dati strategici».
In conclusione, sebbene la strada delle reti sia ancora in salita, molta è stata già fatta; va migliorata senza dubbio la *partnership* con l'industria in un'ottica *win-win*.
Parola d'ordine per il prossimo futuro: co-costruire. ■

ESSERRE PHARMA

Nutraceutica MEDITERRANEA

Da più di 10 anni impegnati nella ricerca e nello studio delle materie prime tipiche del bacino mediterraneo.

Redulen, un'innovativa linea di integratori mediterranei per il benessere cardiometabolico

Redulen GLICEMIA

Redulen COLESTEROLO

Disponibile in farmacia

www.esserrepharma.com seguici su

Gli integratori non vanno intesi come sostituti di una dieta varia ed equilibrata e di un sano stile di vita.

INIZIATIVE

Arriva Numbers

In 20 sedi regionali il 27 maggio sarà una giornata dedicata alla lettura economica, patrimoniale e finanziaria delle performance della farmacia, grazie a un progetto nato dalla partnership tra iFarma, Federfarma e Dompé

Numbers è un progetto nel quale noi di *iFarma* crediamo molto. Nato da una *partnership* tra *iFarma*, Federfarma e Dompé e con la preziosa collaborazione di Marcello Tarabusi e Giovanni Trombetta dello Studio Guandalini, ha l'obiettivo di aiutare i titolari di farmacia ad approfondire come si può effettuare una lettura economica, patrimoniale e finanziaria sistemica delle *performance* della propria farmacia. *Numbers* è stato presentato a fine marzo al Nobile Collegio di Roma al Consiglio di presidenza di Federfarma e ai presidenti regionali del sindacato. «Questo progetto è coerente con uno dei compiti che ha Federfarma: valorizzare la consapevolezza del titolare su quello che succede nella sua farmacia», ha spiegato Marco Cossolo. «Consapevolezza che deriva dalla conoscenza di tutti i *numbers*, appunto, che non sono il fine ma lo strumento per avere sotto controllo la propria azienda. Senza questa conoscenza, si rischia di gestirla male, di danneggiarla e svalutarla, e magari poi si decide di cederla. Oggi non ha alcun senso vendere la propria farmacia, racconteremo anche quali investimenti si possono fare in alternativa e con quale redditività: non conviene, i numeri parlano».

DALLA MACROECONOMIA ALLA CULTURA D'IMPRESA

Il 27 maggio, in 20 sedi identificate dalle Federfarma regionali, si terrà la giornata di studio sul mestiere d'impresa, sul conto economico e sulle questioni patrimoniali e finanziarie inerenti le farmacie. «L'attuale congiuntura economica e finanziaria rende necessario che la farmacia sia attrezzata per capire come muoversi in un contesto completamente cambiato anche soltanto rispetto a 12 mesi fa», ha spiegato il responsabile del Centro studi di Federfarma Marco Nocentini Mungai. «Il 27 maggio una prima ora di lavori sarà in diretta *streaming* da Roma, con una relazione sulle questioni macroeconomiche a cura di Roberto Sommella, direttore di Milano Finanza. Poi in ogni sede è previsto il corso con i commercialisti locali. Abbiamo chiamato questo progetto *Numbers* ma avremmo potuto chiamarlo "Scelte", perché i numeri sono uno strumento importante che aiuta il titolare non soltanto nelle decisioni quotidiane ma anche nelle scelte d'impresa».

LA FORZA NEI NUMERI

Il progetto, che mira a coinvolgere, il 27 maggio, oltre 2.000 farmacisti, è nato grazie al sostegno di Dompé. «Dompé, azienda *leader* del mercato italiano, si impegna quotidianamente in un rapporto diretto con oltre 13.000 farmacie», sostiene Davide Polimeni, *Chief Business Unit Officier, Primary* e *Specialty care*. «Con Federfarma e *iFarma* abbiamo ideato questo progetto che nel nome richiama il *pay off* della *BU Primary & Specialty care* di Dompé: *Strength in numbers*. Questo racchiude due concetti chiave: l'importanza dei numeri, come indicatori fondamentali di *business*, e l'importanza del principio "l'unione fa la forza", come valore di collaborazione e lavoro di squadra per raggiungere obiettivi comuni. In un mercato in continua e rapida evoluzione, i bilanci e le analisi mostrano nuovi spazi e possibilità. È poi necessario fare delle scelte coerenti al posizionamento e al valore che si vuole generare per il paziente, sempre al centro del nostro approccio. Il numero non è dunque solo la sintesi dell'attuale. Noi di Dompé, come voi titolari di farmacia, ci impegniamo con una prospettiva a lungo termine attraverso una *partnership* e un dialogo continuo». ■

DA SINISTRA: ISMAELE PASSONI, MARCELLO TARABUSI, LAURA BENFENATI, MARCO COSSOLO, MARCO NOCENTINI MUNGAI, DAVIDE POLIMENI E GIOVANNI TROMBETTA

Conosci il format delle
Farmacie Apoteca Natura Centro Salute?

Le **Farmacie Centro Salute** rappresentano il modello più avanzato della rete Apoteca Natura, con lo sviluppo di competenze gestionali e tecnico-professionali ed un'offerta di servizi al pubblico, che consentono di realizzare un format realmente distintivo, immediatamente riconoscibile e qualificante.

Per saperne di più **iscriviti** al nostro webinar il giorno 16 maggio 2023 dalle 14:30 alle 16:00

Certificazione B Corporation

CENTRO SALUTE
FARMACIE APOTECA NATURA
Per una salute consapevole

FILIERA

(c) ilixe48/it.123rf.com

Relazioni di valore

Partnership strategiche, non solo accordi puramente commerciali e logistici. Questo dovrebbe essere lo sforzo comune degli attori della filiera healthcare. Obiettivo: aumentare la soddisfazione di tutti e del consumatore prima di ogni altro

di Carlo Buonamico

È arrivato il momento di creare valore nelle relazioni di canale. È il consumatore a chiederlo. Va alla sua ricerca e premia le insegne in grado di soddisfare questa necessità.
Ma cosa si intende per valore? E quali sfide si aprono per gli operatori della filiera della salute? Sono le domande a cui hanno cercato di rispondere gli esperti di TradeLab con l'evento "Creare valore nelle relazioni di canale. Sfide e soluzioni per i protagonisti della filiera *healthcare*".

HEALTHCARE ALLE PRESE CON LA CONGIUNTURA INTERNAZIONALE

Per comprendere come fare per allineare la propria *value proposition* alle attese del mercato della salute bisogna partire con il comprendere il contesto in cui si gioca la partita. Il quadro macroeconomico *in primis*, (qui presentato prima delle recenti crisi bancarie internazionali, *NdR*) governato come è noto dalle dinamiche internazionali. «I fattori di cambiamento sono molti e diversi», ha illustrato Luca Zanderighi, ordinario di Marketing presso l'Università Statale di Milano e vicepresidente di TradeLab. «Dalla ripresa dell'economia cinese all'*escalation* del conflitto in Ucraina, alla persistenza delle dinamiche inflattive, e le banche centrali che cercano di riportare l'inflazione al 2 per cento. Ad agire è poi la forza dello *stress* sul debito e sulla stabilità finanziaria, giacché l'aumento dei tassi di interesse genera problemi sui conti. Senza dimenticare le tante frammentazioni geopolitiche presenti nello scenario mondiale».
Ciononostante, lo scenario economico internazionale per questo 2023 pare essere migliore del previsto e sembra che la recessione annunciata non abbia avuto la portata attesa. Permangono però diversi elementi che guidano il contesto economico mondiale. Come ha spiegato Zanderighi: «L'aumento dei costi dei prodotti energetici e delle materie prime, però diminuiti a gennaio; e le politiche attese sui tassi di interesse: la *Federal Reserve* ha smesso di aumentarli, mentre nell'Eurozona sono attesi incrementi nel primo semestre dell'anno».

IL FUTURO DELLE IMPRESE SI CHIAMA (ANCHE) PNRR

A fronte di questo quadro internazionale, la situazione italiana prevede un Prodotto interno lordo (Pil) in crescita dello 0,6 per cento per quest'anno, a fronte del 3,9 per cento del 2022, e un tasso di inflazione che dovrebbe attestarsi al 6,5 per cento. Ha spiegato il vicepresidente: «Il livello di fiducia delle imprese italiane è positivo. Ci sono previsioni di crescita nei prossimi mesi. Tuttavia preoccupa la ripresa dell'indice dei prezzi al consumo dopo la frenata di gennaio. Come noto, anche da noi le aziende hanno risentito molto del caro energia e

hanno reagito in diverso modo. Quelle più energivore hanno aumentato i prezzi di vendita. Solo una piccola parte dei *player* produttivi ha scelto di contenere i propri margini di profitto».
Vien da chiedersi allora quale potrà essere il futuro livello di competitività delle imprese italiane delle diverse filiere produttive, che dopo la crisi del 2014 hanno registrato ritmi di produttività superiori alla media annua e talvolta superiori anche alla crescita delle filiere francesi, tedesche e spagnole. Arriva in nostro soccorso un'ulteriore riflessione di Zanderighi: «Il Sistema Paese sta cambiando pelle. E le imprese sono protagoniste di questo mutamento. Anche grazie alle risorse del Pnrr, la maggior parte delle quali devono ancora arrivare. Basti pensare che il Pnrr stesso vale oltre 10 punti di Pil da spendere in quattro anni».

POST PANDEMIA: FARMACIA AL CENTRO DEL TERRITORIO

Approfondendo l'analisi sul canale farmacia, in che situazione si trova oggi il comparto e che eredità ha lasciato la pandemia all'*healthcare* italiano? Sintetizzando, dicono gli esperti, la farmacia resta sempre al centro del territorio. Affermazione avvalorata dai dati portati da Giuseppe Convertini, *Director Pharma&Healthcare* di TradeLab: «Nel 2022 gli ingressi in farmacia sono ripresi e sono in media 192 al giorno. Aumentato anche il valore dello scontrino medio: +9,3 per cento rispetto al 2019, attestandosi a 17,04 euro». A questi numeri si affiancano anche nuove dinamiche del profilo dei clienti: quattro su dieci persone che entrano in farmacia sono uomini (prima erano tre); gli *under* 30 crescono dall'8 al 12 per cento e gli *over* 60 passano dal 25 al 31 per cento. Aumentano anche frequenza d'acquisto e fedeltà alla farmacia. «Nei primi due mesi del 2023 il 46 per cento dei clienti si è recato in farmacia almeno una volta ogni 15 giorni (nel 2019 era il 37 per cento) e la fedeltà sale di 14 punti, dal 50 per cento del 2019 al 64 per cento del 2023», puntualizza Convertini.
Oltre a questi dati ce n'è uno che deve far riflettere tutti gli operatori del comparto. Secondo recenti indagini, le farmacie non sono più percepite come tutte uguali: sette clienti su dieci prediligono quella più vicina, ma a parità di comodità a fare la differenza è la leva del consiglio del farmacista e poi quella dell'assortimento. Quindi il tipo di servizi offerti, per esempio vaccinazioni e telemedicina. E la famosa leva del prezzo e delle promozioni dove è finita? Spiega Convertini: «Oggi è ancora presente, ma è sempre più marginale per la fidelizzazione. Nonostante l'inflazione!».
Tutti segnali che indicano che il fattore umano, cioè la capacità del farmacista di entrare in empatia e comunicare con pazienti e *caregiver*, è sempre più fondamentale, anche in ottica *business*. E in particolare al momento del pagamento: dal 2019 a oggi è raddoppiato (11 per cento vs 20 per cento) l'acquisto disintermediato da parte del cliente; *conditio sine qua non* per favorire altri acquisti di medicinali e dispositivi medici è dunque sfruttare ogni occasione di contatto tra farmacista e consumatore, anche quando si trovano a tu per tu alla cassa.

DIGITAL ED E-COMMERCE: CONCENTRAZIONE E FLUIDITÀ

E che dire dell'*e-commerce*? È un canale di vendita in assestamento: la complessità logistica legata alla vendita *on line* sta portando alla concentrazione di *player* dedicati a questa attività. Del resto la digitalizzazione pervade sempre più le abitudini d'acquisto e naturalmente anche le attività di *marketing*. Anche in farmacia. Sei farmacisti su dieci hanno iniziato a comunicare via *social* e alcuni hanno introdotto servizi di vendita tipici del fuori-canale, come il *click&collect*. Ha commentato Convertini: «I bacini d'utenza delle farmacie diventano più fluidi e solo i farmacisti in grado di usare bene gli strumenti digitali li potranno presidiare adeguatamente».

NETWORK E CATENE: ANCORA COSÌ DIVERSI?

Nuove tendenze interessano anche le reti e i *network*, che tendono vieppiù a diversificarsi, scegliendo ciascuno una strategia diversa. «Da una parte i fondi che perseguono obiettivi finanziari, dall'altra le insegne della distribuzione intermedia che operano selezionando i nuovi affiliati, li segmentano e cercano di sviluppare nuovi *format* per presentare al mercato progetti definiti in grado di aumentare la credibilità e il proprio riconoscimento nei confronti di farmacisti e consumatori. Da qui al 2026 il comparto farmacia sarà sempre più variegato e si arriverà ad avere solo il 22 per cento di farmacie appartenenti a catene di proprietà o affiliate a *network* con contratti vincolanti, e il 30 per cento in ponderata».
All'interno di uno scenario così complesso e in divenire, la sfida delle catene e dei *network* sarà quella di generare un valore percepito sia dai farmacisti sia dai consumatori. Ma come fare? Risponde Paolo Bertozzi, *Head of Industry Pharma&Healthcare* di TradeLab: «Il valore deve essere generato lungo la filiera. Aumenteranno quindi le *partnership* strategiche a fronte della diminuzione degli accordi puramente commerciali e logistici. Obiettivo comune è aumentare la soddisfazione lato farmacie e lato industria. Perché oggi in entrambe è presente un *gap* di soddisfazione rispetto alle attese. L'industria ritiene le catene più performanti dei *network*, anche se alcuni di questi sono paragonabili alle prime. Il che porta a chiedersi se abbia ancora senso operare una distinzione tra questi due tipi di aggregazioni. O se, invece, non sarebbe meglio parlare di progetti *retail* vs *wholesaler*...». Dalle parole dei relatori emerge chiaramente che le opportunità di sinergie tra *player* sono tante. Il problema pare essere la pungente competizione che tende a tenere l'uno distante dall'altro per non perdere valore. Che in questo caso significa margine. Con buona pace del fatto che l'unione di diverse prospettive rafforzerebbe le une e le altre, in una logica *win-win*. ■

EVENTO

Il farmacista al centro

In Sicilia, a Castelvetrano, la prima edizione del corso organizzato da L'Officina dell'Alchimista, con focus su multicanalità, comunicazione e gestione

di Laura Benfenati

Pietro Scarpinati è un innovatore, una di quelle persone che non sono spaventate dal futuro perché amano costruirlo. Così, da farmacista titolare in un paese del Trapanese, Castelvetrano, ha fondato L'Officina dell'Alchimista e poi il *network* con l'analogo nome, che raggruppa oggi 42 farmacie. E da quest'anno ha deciso di organizzare anche un corso per titolari e collaboratori, "Il farmacista al centro", all'insegna della contaminazione tra competenze, idee e persone speciali.
Un'ottantina di colleghi in sala, molti giovani, fitto il programma di un intero sabato e domenica mattina su argomenti apparentemente distanti ma con un unico filo conduttore: la farmacia ha un futuro luminoso se è gestita bene e se si focalizza innanzitutto sulle persone (collaboratori e clienti) e poi su comunicazione, multicanalità e gestione dei dati.

DAL GRUPPO AL TEAM

La differenza tra un gruppo e un *team*, alla base di un buon funzionamento di ogni azienda, compresa la farmacia, l'ha ben spiegata Elisa Paradisi, *Business e mental coach*: «Ciascuno nel *team* mette a disposizione le sue competenze, si raggiungono risultati in modo efficace ed efficiente, quindi con rispetto dei tempi e senza dispersione, arrivando dritti agli obiettivi. La differenza sostanziale tra *team* e gruppo è che il primo lavora in modo sinergico, il secondo no. Nel *team* c'è una responsabilità condivisa, mentre il gruppo si concentra sulla crescita individuale, non viene mai dedicato tempo a ragionare insieme, risulta difficile collegare il proprio lavoro alle finalità dell'azienda. Il *team* inoltre favorisce la comunicazione e la trasparenza, e promuovere la chiarezza organizzativa è fondamentale, così come condividere sempre la *mission* aziendale, obiettivi e risultati».
Paradisi ha sottolineato quanto importante sia la felicità sul luogo di lavoro, perché le persone che stanno bene rendono di più: «Il mondo è diventato BANI: *Brittle, Anxious, Nonlinear, Incomprehensibile* (fragile, ansioso, non lineare e incomprensibile). L'ansia è molto più diffusa e il *team leader*, il titolare di farmacia, deve creare empatia, infondere fiducia, evitare di sostenere la competizione tra i membri del *team*, mediare e creare connessione. Il tempo per fermarsi e cambiare oggi è fondamentale».

LA MULTICANALITÀ NON È UN'OPINIONE

E cambiare è necessario, viste le minacce che incombono sul mondo della farmacia, *on line* e catene *in primis*. Alle nostre obiezioni sul fatto che per un singolo titolare abbia senso allestire un *e-commerce*, Nicola Romita, Ceo e *managing director* di Rif Raf, ci ha risposto: «Tu stai pensando alla farmacia di oggi e non a quella che ci sarà tra cinque anni».
E infatti ha esordito sottolineando che i giovani trovano la farmacia poco attraente e oggi nel nostro Paese il 92 per cento delle persone ha accesso a internet e vi passa sei ore al giorno, un terzo del tempo cosciente. Il 76 per cento degli italiani utilizza lo *smartphone* per informarsi e acquistare *on line*. «La multicanalità non è un'opinione. La farmacia *on line* è nemica di quella fisica? Assolutamente no: il presente deve essere multicanale con la convenienza dell'utente al centro della strategia. E i vantaggi di acquistare *on line* sono molteplici: dai prezzi generalmente più bassi al maggior assortimento, dalla consegna a domicilio al risparmio di tempo, alla possibilità di pagamento rateizzato. Nel vostro settore un *e-commerce* funzionale ha almeno 50.000 referenze che arrivano anche dal grossista».
Romita ha suggerito di lavorare sul senso di appartenenza e sul rispetto verso il *brand* per ampliare la zona di *confort* della farmacia, alla luce dei cambiamenti di mercato. Inoltre, decidere di avviare un *e-commerce* aumenta la marginalità della farmacia fisica, perché si ha un approccio più imprenditoriale. Quali domande deve farsi un titolare che sta pensando di vendere *on line*? «Quanto fattura la farmacia? Quanto commerciale e quanto etico? Del commerciale quanto è acquistato direttamente e quanto dal grossista?», ha spiegato Romita. «Prima di decidere, è importante avere il giusto approccio e non dare per scontate troppe cose. Il titolare deve essere convinto di affrontare l'*e-commerce* con la massima determinazione, il *buyer* nell'operazione ha un ruolo cruciale che supera qualunque strategia di *marketing* e la chiave di successo di un *e-commerce* farmaceutico è poi lo *store manager*, il *trait d'union* tra proprietà, *marketing*, logistica e *customer care*. Fondamentali poi sono appunto il *customer care*, che trasforma una transazione in relazione, la velocità e l'accuratezza della spedizione e uno *storytelling* efficace, perché la farmacia *on line* non può essere solo prezzi».

DA SINISTRA: ELISA PARADISI, PIETRO SCARPINATI, LAURA BENFENATI E NICOLA ROMITA

LA CASA DI COMUNITÀ ESISTE GIÀ

Al sabato pomeriggio è intervenuto al convegno il segretario di Federfarma Roberto Tobia: «La casa di comunità esiste già ed è la farmacia. Dopo i risultati ottenuti con la remunerazione aggiuntiva e i fondi Pnrr e dopo la grande svolta delle vaccinazioni in farmacia, ora la priorità di Federfarma è innanzitutto la nuova remunerazione – i presupposti ci sono – che slega il compenso del titolare dal prezzo del farmaco in discesa e valorizza l'atto professionale, senza alcuna modifica nel sistema della distinta contabile riepilogativa. La nuova remunerazione ci riporterà ai margini del 2014 per quel che riguarda il mercato Ssn e consentirà sostenibilità anche alle farmacie più fragili, che sono quelle più in difficoltà per il calo del valore della ricetta». A seguire Tobia ha elencato le altre priorità: servizi in convenzione, sempre più formazione anche digitale e potenziamento della distribuzione di farmaci in convenzione e Dpc, con maggiore omogeneità regionale.

IL SORRISO CHIAMA IL SORRISO

Un altro tema affrontato da Elisa Paradisi è stato quello dell'accoglienza del cliente in farmacia: «Mantenete il contatto visivo finché il cliente non è andato via, restate concentrati su di lui. Le persone vogliono essere notate, chiamatele per nome, tenete a mente le loro preferenze, dite loro di ritornare. La natura della relazione dipende dalla punteggiatura della comunicazione, fate molta attenzione a quella non verbale». E lavorate sul *personal branding*, come ha ribadito Nicola Romita, e sulla relazione con il cliente, che va curata dall'inizio alla fine sia nel fisico sia nell'*on line*. Un esempio pratico? «*Live experience* sul portale della Farmacia Loreto Gallo, dirette di un'ora, farmacista e *beauty coach*, tantissime domande dal pubblico. Durata media della permanenza di uno spettatore: 9 minuti e 54 secondi e un ordine ogni 4 secondi». Loreto Gallo è ovviamente uno dei *leader* nel settore ma qualcosa probabilmente dai più bravi si può imparare.

SRL SÌ O NO?

Dina La Varvera, la commercialista che ha tenuto la sua relazione domenica mattina, ha innanzitutto spiegato che i farmacisti non hanno una percezione immediata di tutti i costi della loro azienda con il gestionale e che non si può mai trascurare di inserire a bilancio lo stipendio dell'amministratore. Ha poi sottolineato i tanti vantaggi fiscali della srl, consigliando ai farmacisti di sfruttare le opportunità offerte dalla legge del 2017.
Sulla convenienza per i titolari di farmacia di passare a srl, in realtà, i pareri dei professionisti del settore non sono concordi. Carmelo Carrara, presidente della Corte di giustizia tributaria di Palermo, ha citato la poca affidabilità bancaria delle società di capitali e l'onerosità dei loro costi di gestione, ma anche gli innegabili vantaggi della separazione del patrimonio del socio da quello della società e di un più facile passaggio generazionale, anche se non si hanno figli farmacisti.
Un *focus* specifico il magistrato lo ha fatto sulla legge 231/2001: «Le imprese devono dotarsi di un organismo di vigilanza per far sì che tutti i gangli dell'azienda siano controllati per prevenire reati. Ci possono essere sanzioni onerose ma il giudice può determinare anche l'interdizione nell'esercizio dell'impresa. Il modello 231 oggi è facoltativo ma può essere equiparato al Dvr sulla sicurezza, una procedura di autocontrollo interno che per le srl si chiede spesso». Infine, Filippo Parisi ha parlato di gestione della farmacia e di come affrontarla quotidianamente.

LA FORMAZIONE AL PRIMO POSTO

«Dobbiamo avere consapevolezza del fatto che siamo gli unici che possono dispensare il farmaco, senza la formazione non si va da nessuna parte», ha concluso Pietro Scarpinati. «Si deve investire sulla professione per portare avanti la propria azienda e dalla voglia/volontà di non essere più soli, di poterci confrontare per crescere, è nato il nostro *network*, che a breve esporteremo anche in Sardegna – da isola a isola – con la collaborazione della professoressa Grazia Fenu. Per poter anche continuare a realizzare iniziative, come quella di questi due giorni di formazione, in cui ho sentito tante domande ai relatori e ho incontrato colleghi pieni di passione. Siamo pronti per organizzare la seconda edizione di "Il farmacista al centro"». ■

Farmacie Italiane

La tua farmacia omnicanale

Grazie a te Farmacie Italiane cresce ogni giorno di più

Oltre 60 Farmacie su tutto il territorio nazionale

Tutti i servizi a portata di click con sito ed app

Sconti e promozioni speciali su tutti i punti vendita fisici e digitali

Più di 200mila prodotti a prezzi imbattibili

Spedizioni veloci e sicure con i migliori corrieri

Con la fidelity card più spendi e più risparmi

www.gruppofarmacieitaliane.it

PUBBLIREDAZIONALE

meaFARMA
La tua farmacia online

Nuovo hub logistico per MeaFarma

La struttura, completamente automatizzata, è sita nel CIS di Nola e vi trovano spazio anche i nuovi uffici. Per la Store Manager Melania Ciaramella la nuova sede è un passo importante che prepara il brand digitale al grande sviluppo previsto per il prossimo futuro

Un progetto ambizioso il nuovo *hub* logistico di MeaFarma, il *brand* digitale della farmacia San Vito di Grumo Nevano. La crescita sempre più impetuosa anno su anno ha spinto la proprietà a ripensare completamente lo spazio fisico per la gestione dell'*e-commerce*, progettando un'espansione che li porta nel centro industriale del CIS di Nola, dove già hanno casa realtà importanti del mondo della distribuzione intermedia come Guacci spa e So.Farma.Morra.
La nuova parafarmacia è la porta di ingresso a una struttura logistica completamente automatizzata da Swisslog con un doppio *robot* e un *Warehouse Management System* che consentono una gestione precisa e veloce degli ordini giornalieri.
«La scelta di un sistema così sofisticato – dichiara la giovanissima *Store Manager* di MeaFarma Melania Ciaramella – nasce dalla ferma intenzione di continuare a crescere negli anni. Crediamo fortemente nello sviluppo del nostro *brand* e dell'*e-commerce* farmaceutico in senso ampio, e ci è sembrato assolutamente coerente prepararci ad affrontare nuove sfide in un contesto che ci consente di aumentare l'acquisto diretto rafforzando la *partnership* con l'industria».
L'inaugurazione della struttura, avvenuta il 24 marzo alla presenza di tante eminenti figure del mondo del *pharma*, ha permesso di scoprire anche lo spazio dedicato agli uffici e alle tante persone che lavorano a questo progetto. «MeaFarma è una realtà a forte prevalenza femminile – dice con un sorriso Melania – e rappresenta davvero una grande famiglia per me che da oltre tre anni vivo ogni giorno questo fantastico progetto. Volevamo dare una nuova casa anche alle persone che poi sono il cuore di MeaFarma. E quindi progettare degli uffici accoglienti dedicati al *Customer Care* piuttosto che all'Ufficio Acquisti era una priorità nell'ottica di dare benessere a chi contribuisce giorno per giorno alla crescita del *brand*».
Come vede il futuro dell'*e-commerce* delle farmacie? «È inutile negare che il prezzo continua avere un peso importante nel mercato dell'*e-commerce*, ma è pur vero che l'assortimento, l'ampiezza e la gamma stanno diventando una leva essenziale per lo sviluppo del *brand*. MeaFarma è passata attraverso una fase in cui il prezzo è stata la dominante strategica del nostro posizionamento commerciale ma oggi, sempre di più, crediamo nella costruzione di una proposta di valore in cui l'aspetto consulenziale e del servizio rappresentino un elemento distintivo che supporti una crescita sana e prospettica del nostro *brand*».

Inizia con noi la tua storia di benessere.

Rafforza la tua farmacia

entra a far parte della nostra rete.

Scopri di più qui

o contattaci all'indirizzo:
affiliazione@lloydsfarmacia.it

Seguici · Oltre 260 farmacie · Blog · App · lloydsfarmacia.it

MIGLIORE INSEGNA 2023

LloydsFarmacia
Storie di benessere.

PUBBLIREDAZIONALE

Un'unica piattaforma, molteplici servizi

CGM POINT OF CARE è una piattaforma web integrata studiata per supportare la farmacia nell'erogazione di servizi di telemedicina di primo e secondo livello

Grazie al consolidamento del ruolo della "farmacia dei servizi", la prevenzione e lo *screening* delle patologie a più alto impatto sociale stanno diventando servizi sempre più accessibili, erogati nella farmacia di prossimità senza tempi di attesa, con *checkup* rapidi, attendibili e a un costo contenuto. La farmacia è ormai diventata un punto di riferimento per i cittadini, che possono accedere a questi servizi comodamente. Il numero di prestazioni eseguite è infatti in costante crescita: si stima fra il 2021 e il 2022 un incremento del 40 per cento in termini di numero di ECG e *holter* erogati, oltre a un'analoga crescita del numero di prestazioni di spirometria, polisonnografia e autoanalisi del sangue. Tali prestazioni, anche a causa del "diradamento" dei servizi territoriali pubblici, il rincaro dei *ticket* e le lunghe liste di attesa, sono spesso indirizzate direttamente dai medici del territorio, che ormai riconoscono la totale attendibilità dei risultati prodotti in farmacia.

In ottemperanza alle linee guida del Ministero della Salute in materia di pubblicità verso il pubblico, tutte le informazioni contenute in questo sito relative a dispositivi medici, dispositivi medico-diagnostici in vitro e presidi medico-chirurgici sono esclusivamente rivolte agli operatori professionali del settore e non hanno natura pubblicitaria

CGM POINT OF CARE: la soluzione certificata che consente la digitalizzazione di tutti i processi del percorso di cura del paziente

Con CGM POINT OF CARE, piattaforma *web based* certificata dispositivo medico di classe IIa, il farmacista ha a disposizione un sistema modulare e integrato che consente l'erogazione puntuale di diversi esami, compresi quelli con servizio di refertazione remota 24/7 da parte del medico specialista, e la presa in carico del paziente cronico. CGM POINT OF CARE è un sistema concepito per permettere sia a realtà di piccole dimensioni sia a *network* più ampi di erogare servizi con elevati *standard* di sicurezza, accuratezza e continuità del flusso dati, riconoscendo sempre il paziente in modo univoco e mantenendone sempre la *privacy*. L'integrazione con il gestionale Wingesfar supporta l'attività del farmacista nell'identificazione dei pazienti reclutabili, nell'arruolamento, nella proposizione dei servizi correlati e nel *follow-up*. Con CGM POINT OF CARE il farmacista non ha più bisogno di dotarsi di un sistema differente per ogni prestazione, perché con la sua vasta gamma di dispositivi medici integrati permette di eseguire molteplici esami, tra cui quelli di cardiologia, pneumologia, autoanalisi del sangue e delle urine, *check-up* e *screening*, aderenza alla terapia e presa in carico.
Una recente integrazione alla vasta gamma di prodotti CGM è il dispositivo Exdia PT10S, che permette di effettuare *test* di autoanalisi del sangue accurati e veloci: con un prelievo di sangue capillare di 70µL, consente di ottenere fino a 9 parametri contemporaneamente, dando risultati in soli 7 minuti, con una correlazione del 95 per cento con la strumentazione da laboratorio.
CGM POINT OF CARE supporta la farmacia nel processo di formazione interna e di fidelizzazione del cliente e allo stesso tempo le consente di diventare un punto di riferimento affidabile per il cittadino.

AZIENDA

Una storia di famiglia

Il nuovo Polo logistico Nola 4.0 di Farvima Medicinali è la realizzazione di un sogno di un Gruppo che cresce e vuole essere sempre più vicino alle farmacie

di Laura Benfenati

L'inaugurazione del Polo logistico Nola 4.0 di Farvima Medicinali, un super magazzino ad alta innovazione tecnologica, è stata una grande festa per la squadra del Gruppo, stretta intorno alle due generazioni della famiglia De Falco, e per i tanti rappresentanti della filiera e delle istituzioni, locali e nazionali, che sono intervenuti.

Si tratta della realizzazione di un sogno, come hanno spiegato Renato, vicepresidente esecutivo, e Mirko De Falco, presidente del Gruppo, che hanno ricordato commossi i tre fondatori dell'azienda: Renato, Antonio e Gennaro. «Nessuna azienda cresce da sola – ha esordito Renato De Falco – è per questo che oggi il mio più grande ringraziamento va a tutte le donne e a tutti gli uomini di Farvima, che quotidianamente danno il loro contributo alla crescita dell'azienda con energia, perseveranza e abnegazione. Un ricordo speciale ai due fondatori che non ci sono più, Gennaro e Renato. È grazie alla loro visione che oggi ci troviamo qui a festeggiare questo importante traguardo. Lavorare duro. Lavorare con passione. Questo è il mantra che in Farvima nutre le nostre giornate insieme a due parole a me care: rischio e coraggio. Ebbene, non esiste imprenditore che non debba con coraggio rischiare.
Nola 4.0 è l'espressione di tutto questo». «Il nucleo della storia della nostra impresa si snoda in una manciata di chilometri, dal centro storico di Napoli, precisamente da via dei Tribunali, passando per Casandrino e arrivando a Nola», ha spiegato Mirko De Falco. «In questo viaggio che dura da 60 anni c'è la vita di tre fratelli e dei loro figli, c'è la storia di quello che oggi si chiama Gruppo Farvima, frutto della resilienza di persone che hanno avuto la capacità di assorbire gli urti senza rompersi. Il nostro Gruppo sta continuando a crescere, con 500.000 prodotti consegnati ogni giorno, 700 collaboratori, 17 sedi e oltre 1 miliardo di fatturato. Questo super polo logistico è un progetto che ha avuto tanti stop ed è il frutto di ambizione, tenacia, costanza e competenza. Non è un punto di arrivo ma di partenza, per costruire una Farvima sempre più *partner* indispensabile per la nuova farmacia dei servizi».

IL NUOVO POLO LOGISTICO

Il super magazzino, con una superficie di 10mila mq, un'altezza media di 12 metri e un'elevata capacità di stoccaggio, è in grado di gestire fino a 100.000 referenze. Il 90 per cento dei volumi è gestito tramite automazione, assicurando una produttività effettiva pari a 1.500 casse/ora.
«La sostenibilità è da sempre un *driver* del nostro sviluppo strategico», ha spiegato De Falco. «Nello specifico, il sistema è configurato in modo da consentire un utilizzo ottimale degli impianti, generando una considerevole riduzione di emissioni di CO_2 nell'atmosfera. Il sito – già dotato di un impianto fotovoltaico caratterizzato da una pannellatura di ultima generazione – sarà provvisto di un moderno impianto di trigenerazione».
Il presidente di Farvima ha proseguito ricordando che dal 2000 è aumentata la pressione sui prezzi dei distributori e c'è sempre più ricerca di livelli di servizio maggiore, è cambiata la struttura proprietaria delle farmacie e il paziente è sempre più *omnichannel*.
«Farvima si muoverà su sette pilastri: fare meglio e in modo più efficiente l'attività *core* di distribuzione, potenziare l'evoluzione digitale, investire sul capitale umano e sviluppo dell'organizzazione, potenziare e far crescere la rete Farmá di farmacie. E poi attenzione a nuove opportunità di *business*, investire in prodotti a marchio e in attività di responsabilità sociale».

DA SINISTRA: PIERLUIGI PETRONE, MIRKO DE FALCO E MARCELLO GEMMATO

NELLA PAGINA PRECEDENTE: MIRKO, ANTONIO E RENATO DE FALCO

STRATEGIE DI FILIERA

Il presidente di Assoram Pierluigi Petrone ha sottolineato che non c'è industria senza logistica né logistica senza industria e che la logistica oggi non è più raccolta di materiali ma di dati e informazioni, che sono patrimonio del saper fare delle aziende. Urge però un cambio di passo: «Il nostro Paese ha un'industria farmaceutica d'eccellenza e risorse umane e professionali di alto livello. Non dobbiamo però continuare a essere solo manifattura industriale ma una regione d'Europa più autonoma da Cina e India: oggi l'80 per cento dei principi attivi arriva da lì e sappiamo anche che molti produttori riforniscono di più i Paesi in cui i farmaci hanno prezzi più alti del nostro, e questo spiega molte carenze. La potenza è nulla senza il controllo, l'Italia è al centro del mare Mediterraneo, vanno fatti investimenti».
Il sottosegretario alla Salute Marcello Gemmato ha raccolto la sfida, raccontando che il Governo ha l'idea di un'Italia che attragga capitali stranieri, il ritorno della produzione farmaceutica è un *asset* strategico per l'intera nazione: «La storia di Farvima dimostra che ci sono persone che sanno fare impresa anche al Sud, contro i luoghi comuni».
Gemmato ha poi sottolineato quanto strategico sia il ruolo delle farmacie: «L'unanime riconoscimento delle farmacie come ramificazione del sistema sanitario pubblico ha portato al finanziamento di 150 milioni per tre anni con la remunerazione aggiuntiva. Da qui bisogna partire, la farmacia dei servizi è realtà e andrà sempre più potenziata, si deve lavorare per far tornare in farmacia la distribuzione di molti farmaci innovativi perché altri canali distributivi fanno supporre risparmi ma hanno invece costi sociali altissimi per il cittadino. Sono maturi i tempi per una nuova *governance* del farmaco».
E forse pure per una consegna giornaliera in meno da parte dei grossisti, come ha ipotizzato anche il vicepresidente di Federfarma Alfredo Procaccini che, raccontando come la farmacia stia facendo la sua parte, in modo importante e molto fermo, per garantire un servizio di eccellenza – le attività di telemedicina, per esempio, con la pandemia sono triplicate – sul fronte logistico sicuramente si deve ragionare in un'ottica di filiera, visti anche gli aumenti dei costi di energia e carburante.

LE RICHIESTE ALLA POLITICA

In conclusione dell'evento il presidente di Farvima Mirko De Falco ha fatto tre richieste al sottosegretario alla Salute Marcello Gemmato:
- La distribuzione intermedia è un servizio pubblico essenziale che lavora in perdita: se vogliamo mantenere l'eccellenza tuteliamo questo comparto remunerandolo il giusto.
- Proteggiamo la distribuzione intermedia anche dall'industria, che talvolta tende a scavalcarla sul farmaco, andando direttamente alle farmacie.
- Infine, riportiamo in farmacia la maggioranza dei medicinali, perché tutta la filiera ha dimostrato di garantire un servizio eccellente e altri sistemi distributivi sono più costosi per il sistema pubblico. ■

Marketplace, una piazza irrinunciabile

I grandi centri commerciali dell'e-commerce offrono ai brand visibilità e possibilità di applicare strategie mirate. Ai consumatori, un catalogo vastissimo e i migliori plus dell'acquisto on line. Ma nell'aria c'è un sentiment che punta al multicanale, dove torna in gioco il negozio fisico

di Mariasandra Aicardi, *farmacista*

Nel panorama dell'*e-commerce*, i *marketplace* rivestono un ruolo primario perché sono praticamente dei grandi centri commerciali *on line*. Alla base c'è un modello di *business* che rende l'interazione e le transazioni tra fornitori e clienti più semplici e comode, presentando allo stesso tempo a questi ultimi una vasta scelta di prodotti e servizi.

Un recente *focus* sul comparto *beauty* in vendita sui *marketplace* organizzato da BrandOn Group e moderato dall'AD Paola Marzario – *I Marketplace del Beauty & Cosmetics* – ha evidenziato come siano ormai decisamente lontani i tempi in cui le persone andavano solamente nei negozi fisici a scegliere i prodotti. Dai dati di Amazon riguardanti la categoria "Bellezza e salute" impariamo che quasi 10 milioni di persone hanno navigato e acquistato prodotti *beauty* sul *marketplace* (*fonte: Centro Studi di Cosmetica Italia*).

In testa ci sono i nativi digitali, Gen-Z e generazioni successive, che sono i più abituati a questa esperienza d'acquisto. Comprano principalmente *on line* attratti da mercati virtuali in grado di stuzzicare la voglia di *shopping*, anche grazie a sistemi digitali sempre più evoluti. Oggi è infatti possibile testare *on line* i cosmetici, come per esempio le colorazioni per i capelli e i rossetti, ed esistono visori in grado di stimolare tutti i sensi, tanto da far percepire odori e profumi attraverso la realtà virtuale.

(c) photoguns/it.123rf.com

I NUMERI PARLANO DA SOLI

La maggior parte delle aziende cosmetiche è presente sui *marketplace* da due/tre anni, una scelta forzata dalla pandemia. Altre, invece, hanno aderito solamente nel 2022. «È un settore, quello dell'*e-commerce*, che dal 2019 è cresciuto del 96,5 per cento», afferma Gian Andrea Positano del Centro Studi di Cosmetica Italia. «Ci si attendeva un rallentamento al termine dell'emergenza Covid, ma non è stato così. Nel 2021 il *sell out on line* ha segnato un +12,3 per cento per un valore di 871 milioni di euro. Anche se è grande e diffuso il desiderio di tornare alla normalità funzionale ed esperienziale che si ha toccando e provando i prodotti di persona, ricevendo una consulenza personalizzata e campioni prova in omaggio». Un sondaggio *flash* su 50 Pmi rappresentative del sistema produttivo italiano, presentato da Irene Galimberti della redazione di "*Beauty2Business*", rivela che l'84 per cento di queste è presente sui *marketplace* sia per il B2B che per il B2C. Il 43,9 per cento si avvale esclusivamente di Amazon, mentre una minoranza è presente su tre o più piattaforme (Douglas, Ebay, Alibaba...). Il volume di affari generato è in funzione della visibilità; il 72 per cento delle aziende gestisce direttamente la sua presenza sul *marketplace*, il 20 per cento ha scelto la gestione mista e solamente l'8 per cento si avvale di agenzie specializzate nell'aumentare la visibilità dei prodotti.

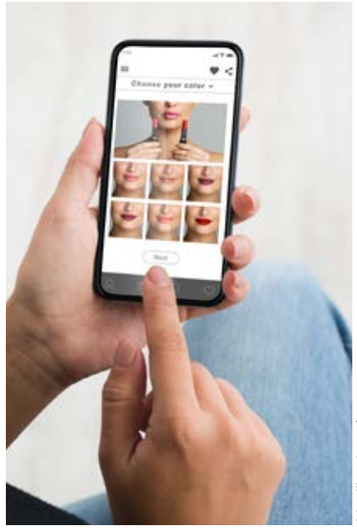
Ne consegue un incremento di fatturato che può arrivare a un +15 per cento per il 76 per cento delle aziende, tra il 15 per cento e il 30 per cento per il 15 per cento di esse, mentre per alcune (9 per cento) addirittura a un +45 per cento.

CONSUMATORE PIÙ CHE MAI AL CENTRO

Nella strategia, le aziende puntano su personalizzazione, sicurezza, servizio e sull'inclusione di etnie e diversità. Un esempio di personalizzazione sono i prodotti formulati su misura, oppure quelli che si adattano a ogni pelle cambiando colore. L'Oréal, gruppo pioniere in tutti canali, per la vendita B2C delle varie marche si avvale sia dei propri siti sia dei grandi *marketplace*, come Amazon e Notino, ed è allo stesso tempo presente sui portali di numerosi *e-retailer* (Sephora, Douglas, Esselunga...). Quella sui *marketplace* è quindi una presenza strategica. «Rivela attenzione al mercato e al consumatore, che rimane al centro – afferma Camilla Marra, Corporate *e-commerce acceleration manager* presso L'Oréal – grazie al passaggio di messaggi chiave lanciati *on line* (caratteristiche dei prodotti, funzionalità, lanci di novità sul mercato). Cerchiamo di capire dove acquista il nostro consumatore e presentiamo i *brand* in modo da facilitargli la scelta, ottimizzando al massimo le caratteristiche dei prodotti attraverso contenuti consistenti, in linea con quello che vuole trovare. Nel caso di un lancio ci muoviamo sei mesi prima, cercando di far emergere le caratteristiche del prodotto con immagini che aiutino il consumatore a capire in che modo questa novità gli può essere utile. Rilevanza e gioco d'anticipo sono la chiave del successo. Questo è un mondo che gioca in velocità: utilizziamo il traffico che si genera sulle piattaforme per portare il consumatore nelle nostre pagine».

DAL WEB ALLA MULTICANALITÀ

Sulla stessa lunghezza d'onda *customer-centric* è Giovanni Papini, *manager* di Beiersdorf Italia per l'*e-commerce*, che ha come obiettivo di raggiungere il consumatore e fornirgli le informazioni dettagliate e utili attraverso tanti sotto-



(c) milkos/it.123rf.com

canali, partendo dai grandi *marketplace* e da altri *player*, come per esempio le farmacie *on line*. «La nostra azienda stimola il consumatore attraverso una presenza sul *web* semplice e pedagogica, arricchita da *storytelling* che rendano più chiaro il prodotto». Gli fa eco Gaia Franceschini Beghini, *e-commerce&CRM Director* di Douglas per il sud Europa: «Siamo una realtà multicanale, *leader* in Europa, che offre al consumatore un'esperienza innovativa con il miglior catalogo a disposizione grazie alla collaborazione con una moltitudine di *brand*. *On line* fatturiamo oltre un miliardo sui tre miliardi e mezzo in totale, e continuiamo a crescere in entrambi i canali. Alle aziende *partner* offriamo l'accesso al nostro traffico *on line*, *leader* in Europa, strumenti per promuovere i prodotti, supporto e una piattaforma semplice da gestire. Offriamo la massima capacità di conversione, mantenendo un'alta qualità in quanto a *delivery* e servizio. A nostro carico è l'ingaggio del cliente, mentre la relazione con quest'ultimo è gestita direttamente dal *brand*». Infine, siccome i tempi sono maturi per unire l'*e-commerce* all'esperienza in negozio, è interessante vedere come si svilupperà il progetto "multicanalità" *click&collect* che *BrandOn Group* sta sperimentando con Amazon, attraverso l'acquisto sul *marketplace* e il ritiro sul punto vendita, in profumeria o in farmacia. ■

Butterfly

La "Farmacia dei Servizi": Presidio Sanitario Territoriale

La salute dei pazienti è al centro della nostra e della vostra missione!

Con Butterfly, i farmacisti possono creare una Farmacia che si avvicini sempre di più ad essere il presidio sanitario territoriale di riferimento. Butterfly ti offre la possibilità di mettere a disposizione della tua comunità un vero e proprio laboratorio d'analisi attraverso un Punto Prelievi, supportandoti completamente nella gestione delle pratiche amministrative e burocratiche, consentendoti di concentrarti sulla tua missione principale: fornire cure di alta qualità ai tuoi clienti.

Scopri di più su come possiamo aiutarti a innovare la tua Farmacia e diventare un punto di riferimento per la salute della tua comunità.

In una "Farmacia dei Servizi" non può mancare un Punto Prelievi.

BUTTERFLY LAB SRL
Direttore di Laboratorio: Dr.ssa Fabiola Turrini

SEDE LEGALE: Str.llaCappuccini, 55 - 36100 Vicenza
SEDE LABORATORIO: Via M. da Cortenova, 3 - Borgo Roma - 37134 Verona

e-mail: puntoprelievi@butterflylab.it

www.butterflypuntoprelievi.it

PUBBLIREDAZIONALE

fdirect®
The Smart Trading

Fdirect, per una relazione di valore

On line da aprile la piattaforma multi-sided distribuita da FTNet che digitalizza la relazione commerciale tra industria farmaceutica e farmacie

Fdirect è la prima piattaforma *multi-sided* che rende la relazione commerciale diretta tra industria farmaceutica e farmacia molto più dinamica, flessibile e meno onerosa, consentendo contestualmente l'accesso ai dati salienti in tempo reale. Da aprile 2023 rappresenterà una grande opportunità per i tre *player* del mercato farmaceutico - industria, farmacie e centrali di acquisto di *network* e catene - grazie alla sua capacità di liberare valore in un contesto sempre più complesso e competitivo.
La piattaforma sarà distribuita da FTNet srl, la *startup* innovativa fondata da Marco Di Tonto e Stefano Beltrame, e permetterà agli attori del settore farmaceutico di relazionarsi in tempo reale, semplificando le interazioni commerciali anche grazie a processi decisionali resi più snelli ed efficaci dal supporto di tecnologie integrate quali la *Business Intelligence*, la *Data Integration* e l'Intelligenza Artificiale.

Semplificazione dei processi e flessibilità
Fdirect garantisce una flessibilità di utilizzo molto elevata, gestendo sia ordini di pronta consegna sia di prenotazione.

STEFANO BELTRAME E MARCO DI TONTO, FOUNDERS FTNET

Lo strumento metterà a disposizione dell'industria farmaceutica e delle farmacie un'ampia e profonda gamma di proposte negoziali, per offrire massima flessibilità nella costruzione delle proposte commerciali. Gli utenti potranno contare sul supporto di un'alberatura *category* proprietaria, al cui interno a oggi sono state associate già 2,6 milioni di referenze, e che potrà supportare i due *side* in relazione nei rispettivi processi di analisi dati attraverso la funzione "Esplora", caratterizzata da un'interfaccia estremamente diretta e intuitiva.

Alla base di futuri rapporti di parternariato
Fdirect rappresenterà una grande opportunità anche per le centrali di acquisto di *network* e catene di proprietà grazie alla funzione dedicata alla pianificazione e gestione degli acquisti per i propri punti vendita. Il *tool* Win/Win sarà di grande supporto per consentire agli utenti presenti in piattaforma di creare e gestire le proprie relazioni di partenariato in maniera semplice e concreta, favorendo così nel tempo lo sviluppo di solidi rapporti basati su una tipologia di fiducia non solo relazionale ma principalmente razionale.
Fdirect è stata dotata delle più moderne tecnologie di *cyber security* per garantire i più alti livelli di protezione e riservatezza delle informazioni in essa allocate.
FTNet sarà presente come espositore al Cosmofarma Exhibition a Bologna dal 5 al 7 maggio. *www.fdirect.it*

Consulti e *screening* gratuiti in piazza

Riparte il *Tour della Salute* che, giunto alla sua quinta edizione, percorrerà l'intera penisola: 20 piazze italiane, una per ogni Regione, nelle quali i cittadini avranno l'opportunità di sottoporsi a consulti e *screening* gratuiti per ridurre il rischio di malattie croniche. Promosso da ASC - Attività Sportive Confederate e realizzato grazie al contributo incondizionato di EG Stada Group, il *tour* partirà da Pescara il 15 aprile e terminerà a Palermo il 15 ottobre, con l'obiettivo di favorire le attività di prevenzione e di sensibilizzare i cittadini sull'importanza di condurre uno stile di vita sano. Per sei mesi, ogni fine settimana, il *Tour della Salute* porterà nelle piazze la sua *Screen Station*, attrezzata con sei ambulatori, un cardiologo, un dermatologo, un nutrizionista, un reumatologo e uno psicologo. Ci sarà anche un palco con *ledwall*, che ospiterà sia attività sportive e aggregative proposte dagli operatori della rete ASC sia momenti formativi; tra le novità di quest'anno figura anche un *pet corner*. *www.iltourdellasalute.it*

NUOVI PROGETTI DALLA COLLABORAZIONE TRA SFI E FEDERFARMA.CO

Dopo la firma dell'intesa tra Sistema Farmacia Italia e FederFARMA.CO, avvenuta a fine 2022, entra nel vivo la nuova organizzazione, che vede Maurizio Stroppa, già direttore generale di FedeFARMA.CO, ricoprire il ruolo di amministratore delegato di Sistema Farmacia Italia. Si avvia così una nuova sinergia che permetterà di perseguire l'obiettivo di SFI: creare una rete di farmacie volta a implementare processi di standardizzazione che permettano a tutte le associate di accedere a nuove potenzialità professionali ed economiche, per rispondere alle esigenze dei soggetti pubblici e privati coinvolti nello sviluppo della sanità territoriale. È già pronta una serie di progetti per il 2023, e a breve ne sarà avviato uno riguardante la gestione del paziente affetto da ansia. *www.servizifarmaciaitalia.it*

MAURIZIO STROPPA

UN ESEMPIO DI SOLIDARIETÀ DEI FARMACISTI

Forse non tutti sanno che per eventi come terremoti e alluvioni esiste un'assistenza dedicata che prevede uno specifico stanziamento da parte di Enpaf (Ente nazionale previdenza assistenza farmacisti). Pochi mesi fa durante una delle frequenti alluvioni che hanno interessato le Marche, una collega farmacista ha perso il figlio, letteralmente strappatole dalle braccia dalla furia delle acque. Un evento drammatico che, tramite delibera dell'Enpaf, ha spinto una delegazione di farmacisti in rappresentanza dell'ente e del territorio ad attivare un intervento economico straordinario per sostenerla in questo momento così difficile. Un segno concreto di impegno sociale e solidarietà, valori cardine della professione del farmacista, non sempre adeguatamente percepiti.

Boiron sostiene Mama Chat

Boiron, azienda farmaceutica che opera nell'ambito dell'omeopatia e della medicina naturale, sostiene l'iniziativa "Libere di Natura", di Mama Chat, un'associazione *no profit* che fornisce assistenza psicologica *on line* tramite psicoterapie *low-cost*. Fino a fine maggio, acquistando in farmacia un prodotto della linea di igiene intima Saforelle oppure alcuni estratti di piante Boiron, si contribuirà a sostenere la donazione al Fondo di Terapia sospesa di Mama Chat , ovvero una donazione libera, per chi non può permettersi la terapia, sulla falsariga del "caffè sospeso". «Quando abbiamo conosciuto Mama Chat e il suo impegno concreto nel rispondere ai bisogni delle donne, soprattutto in contesti di grande fragilità emotiva, psicologica ed economica, abbiamo deciso di sostenerne il Fondo di Terapia sospesa, a cui intendiamo donare 300 ore», ha commentato Silvia Nencioni, presidente e amministratrice delegata di Boiron Italia. *www.boiron.it*

DIBASE

RIASSUNTO DELLE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO - 024/01

1. DENOMINAZIONE DEL MEDICINALE
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide

2. COMPOSIZIONE QUALITATIVA E QUANTITATIVA
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide
1 capsula contiene: colecalciferolo (vitamina D_3) 0,050 mg pari a 2.000 U.I.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide
1 capsula contiene: colecalciferolo (vitamina D_3) 0,150 mg pari a 6.000 U.I.

Per l'elenco completo degli eccipienti, vedere paragrafo 6.1.

3. FORMA FARMACEUTICA
Capsula rigida
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide
Corpo trasparente e testa bianca con banda di sigillatura bianca.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide
Corpo trasparente e testa bianca con banda di sigillatura gialla.

4. INFORMAZIONI CLINICHE

4.1 Indicazioni terapeutiche
Prevenzione e trattamento della carenza di vitamina D.
DIBASE capsule è indicato negli adulti e negli adolescenti di età superiore a 12 anni.

4.2 Posologia e modo di somministrazione
Posologia
Prevenzione della carenza di vitamina D
La somministrazione preventiva di DIBASE è consigliata in tutte le condizioni caratterizzate da maggior rischio di carenza o da aumentato fabbisogno. È generalmente riconosciuto che la prevenzione della carenza di vitamina D deve essere effettuata:
- nella donna in gravidanza (ultimo trimestre);
- durante l'allattamento;
- nel soggetto anziano;
- nelle seguenti condizioni:
• esposizione solare insufficiente (e.g. soggetti confinati, soggetti ricoverati in ospedale o in strutture assistenziali) o inefficace (e.g. uso di indumenti protettivi, uso di filtri/schermi solari);
• intensa pigmentazione cutanea;
• regimi alimentari particolari (poveri di calcio, vegetariani, ecc.);
• patologie dermatologiche estese o malattie granulomatose (tubercolosi, lebbra, ecc.);
• uso concomitante di alcuni medicinali come anticonvulsivanti (barbiturici, fenitoina, primidone), glucocorticoidi (terapie corticosteroidee a lungo termine);
• patologie dell'apparato digerente (e.g. malassorbimento intestinale, mucoviscidosi o fibrosi cistica);
• insufficienza epatica.
Trattamento della carenza di vitamina D
La carenza di vitamina D deve essere accertata clinicamente e/o con indagini di laboratorio. Il trattamento è teso a ripristinare i depositi di vitamina D e sarà seguito da una terapia di mantenimento se persiste il rischio di carenza, ad un dosaggio di vitamina D idoneo. Nella maggior parte dei casi è consigliabile non superare, in fase di trattamento, una dose cumulativa di 300.000 U.I., salvo diverso parere del medico.
A titolo indicativo si fornisce il seguente schema posologico, da adattare a giudizio del medico sulla base della natura e gravità dello stato carenziale (vedere anche paragrafo 4.4 "Avvertenze speciali e precauzioni d'impiego").
Popolazione pediatrica
DIBASE capsule non è raccomandato nei bambini di età compresa tra 0 e 12 anni a causa della forma farmaceutica in cui si presenta, per la difficoltà di deglutizione.
Per la somministrazione in questa popolazione è opportuno ricorrere ad altre forme farmaceutiche.
Adolescenti (>12 anni)
Prevenzione
Capsule da 2.000 U.I.: da 1 capsula ogni 4 giorni ad un massimo di 1 capsula a giorni alterni;
Capsule da 6.000 U.I.: da 1 capsula ogni 12 giorni ad un massimo di 1 capsula ogni 6 giorni.
Trattamento
Le dosi raccomandate sono comprese tra 1.000 U.I. e 4.000 U.I. al giorno di vitamina D_3. La dose e lo schema posologico devono essere adeguati a seconda dei livelli sierici di 25-idrossicolecalciferolo [25(OH)D] che si desidera raggiungere, della gravità della malattia e della risposta del paziente al trattamento.
La posologia raccomandata è la seguente:
- *Capsule da 2.000 U.I.:* da 1 capsula a giorni alterni ad un massimo di 2 capsule al giorno.
- *Capsule da 6.000 U.I.:* da 1 capsula ogni 6 giorni ad un massimo di 2 capsule ogni 3 giorni.
Successivamente, possono essere prese in considerazione dosi più basse, a seconda dei livelli sierici di 25-idrossicolecalciferolo [25(OH)D] che si desidera raggiungere, della gravità della malattia e della risposta del paziente al trattamento.
Adulti
Prevenzione
- *Capsule da 2.000 U.I.:* 1 capsula a giorni alterni. In caso di fattori di rischio multipli, secondo giudizio del medico, il dosaggio può essere aumentato fino a 1 capsula al giorno.
- *Capsule da 6.000 U.I.:* 1 capsula ogni 6-8 giorni. In caso di fattori di rischio multipli, secondo giudizio del medico, il dosaggio può essere aumentato fino a 1 capsula ogni 3 giorni.
Trattamento
Le dosi raccomandate sono comprese tra 1.000 U.I. e 4.000 U.I. al giorno di vitamina D_3. La dose e lo schema posologico devono essere adeguati a seconda dei livelli sierici di 25-idrossicolecalciferolo [25(OH)D] che si desidera raggiungere, della gravità della malattia e della risposta del paziente al trattamento.
La posologia raccomandata è la seguente:
- *Capsule da 2.000 U.I.:* da 1 capsula a giorni alterni ad un massimo di 2 capsule al giorno.
- *Capsule da 6.000 U.I.:* da 1 capsula ogni 6 giorni ad un massimo di 2 capsule ogni 3 giorni.
Successivamente, possono essere prese in considerazione dosi più basse, a seconda dei livelli sierici di 25-idrossicolecalciferolo [25(OH)D] che si desidera raggiungere, della gravità della malattia e della risposta del paziente al trattamento.
Gravidanza
Nell'ultimo trimestre di gravidanza:
- *Capsule da 2.000 U.I.:* 1 capsula a giorni alterni.
- *Capsule da 6.000 U.I.:* 1 capsula ogni 6-8 giorni.
Tuttavia, nelle donne considerate carenti di vitamina D, a giudizio del medico, può essere necessaria una dose più elevata fino a 2.000 U.I. al giorno (2 capsule da 1.000 U.I. al giorno o 1 capsula da 2.000 U.I. al giorno o 1 capsula da 6.000 U.I. ogni 3 giorni).
Popolazioni speciali
Insufficienza renale
In pazienti con compromissione renale da lieve a moderata: non è necessario alcun aggiustamento del dosaggio. Il colecalciferolo non deve essere somministrato a pazienti con grave compromissione renale.

Modo di somministrazione
Per uso orale.
La capsula di DIBASE deve essere deglutita intera e non deve essere masticata o aperta.
Si raccomanda di assumere DIBASE capsule durante i pasti (vedere paragrafo 5.2).

4.3 Controindicazioni
• Ipersensibilità al principio attivo o ad uno qualsiasi degli eccipienti elencati al paragrafo 6.1.
• Ipercalcemia, ipercalciuria.
• Calcolosi renale (nefrolitiasi), nefrocalcinosi
• Insufficienza renale grave (vedere paragrafo 4.4)
• Ipervitaminosi D

4.4 Avvertenze speciali e precauzioni di impiego
In caso di somministrazioni prolungate con alti dosaggi, si consiglia di monitorare il livello sierico di 25-idrossi-colecalciferolo. Interrompere l'assunzione di DIBASE quando il livello sierico di 25-idrossi-colecalciferolo supera i 100 ng/ml (pari a 250 nmol/l).
Pazienti con insufficienza renale da lieve a moderata presentano un alterato metabolismo minerale e della vitamina D nella forma di colecalciferolo, perciò se devono essere trattati con colecalciferolo, è necessario monitorare gli effetti sull'omeostasi di calcio e fosfato.
Si deve considerare il rischio di calcificazione dei tessuti molli. Nei pazienti con *insufficienza renale grave* la vitamina D nella forma di colecalciferolo non è metabolizzata normalmente: pertanto, per tali pazienti dovrebbero essere utilizzate altre forme di vitamina D per mantenere un'adeguata omeostasi di calcio e fosfato. Questi pazienti necessitano di una gestione specialistica appropriata (vedere paragrafo 4.3).
Nei pazienti anziani già in trattamento con glicosidi cardiaci o diuretici è importante monitorare la calcemia e la calcinuria (vedere paragrafo 4.5). In caso di ipercalcemia o di insufficienza renale, ridurre la dose o interrompere il trattamento con vitamina D.
Per evitare un sovradosaggio, tenere conto della dose totale di vitamina D in caso di associazione con trattamenti contenenti già vitamina D, cibi addizionati con vitamina D o in caso di utilizzo di latte arricchito con vitamina D.
Nei seguenti casi può essere necessario una revisione dei dosaggi rispetto a quelli indicati:
• soggetti in trattamento con anticonvulsivanti o barbiturici (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con terapie corticosteroidee (vedere paragrafo 4.5);

• soggetti in trattamento con ipolipidemizzanti quali colestipolo, colestiramina (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con farmaci che riducono l'assorbimento dei grassi (orlistat, vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con antiacidi contenenti alluminio (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti obesi (vedere paragrafo 5.2);
• patologie digestive (malassorbimento intestinale, mucoviscidosi o fibrosi cistica);
• patologie dermatologiche estese
• insufficienza epatica.
- Il prodotto deve essere prescritto con cautela a pazienti affetti da sarcoidosi e/o da iperparatiroidismo primitivo, a causa del possibile incremento del metabolismo della vitamina D nella sua forma attiva. In questi pazienti occorre monitorare il livello del calcio nel siero e nelle urine. In pazienti con storia di calcolosi renale devono essere monitorati i livelli di calcio e fosfato.

Popolazione pediatrica
DIBASE 2.000/6.000 U.I. in capsule rigide non è indicato per i bambini di età compresa tra 0-12 anni.

4.5 Interazioni con altri medicinali ed altre forme di interazione
In caso di trattamento con farmaci contenenti la ***digitale e altri glicosidi cardiaci***, la somministrazione orale di calcio combinato con la vitamina D aumenta il rischio di tossicità della digitale (aritmia). È pertanto richiesto lo stretto controllo del medico e, se necessario, il monitoraggio elettrocardiografico e delle concentrazioni sieriche di calcio.
Nei pazienti trattati con glicosidi cardiaci, è necessario ridurre la dose o sospendere il trattamento se la calciuria risulta essere maggiore di 300 ng/24 h (vedere paragrafo 4.4).
Studi sugli animali hanno suggerito un possibile potenziamento dell'azione del ***warfarin*** quando somministrato con ergocalciferolo. Sebbene non vi siano simili evidenze con l'impiego di colecalciferolo è opportuno usare cautela quando i due farmaci vengono usati contemporaneamente.
In caso di trattamento con ***diuretici tiazidici***, che riducono l'eliminazione urinaria del calcio, è raccomandato il controllo delle concentrazioni sieriche di calcio.
L'effetto della vitamina D_3 può essere ridotto dall'uso concomitante di:
- ***anticonvulsivanti*** (es. ***carbamazepina***, ***fenobarbital***, ***fenitoina***, ***primidone***) o ***barbiturici***, per inattivazione metabolica;
- ***corticosteroidi***;
- *alcuni* ***antibatterici*** (es. ***rifampicina***, ***isoniazide***);
L'effetto della vitamina D è diminuito da:
- ***antiacidi contenenti alluminio***, un uso concomitante può interferire con l'efficacia di DIBASE capsule;
- ipolipidemizzanti, quali ***colestiramina***, ***colestipolo***;
- ***orlistat***.
Un uso concomitante di ***preparati contenenti magnesio*** può esporre al rischio di ipermagnesiemia.
L'agente citotossico ***actinomicina*** e gli ***agenti imidazolici antifungini*** interferiscono con l'attività della vitamina D_3 inibendo la conversione della 25-idrossivitamina D_3 in 1,25-diidrossivitamina D_3 da parte dell'enzima renale, 25-idrossivitamina D-1-idrossilasi.
Riduzioni della concentrazione sierica di vitamina D sono state osservate a seguito della somministrazione di dosi tra 300 e 1200 mg/die di ketoconazolo in soggetti sani. Tuttavia, studi di interazione tra ketoconazolo e vitamina D non sono stati effettuati in vivo.
L'***alcolismo cronico*** diminuisce le riserve di vitamina D nel fegato.

4.6 Fertilità, gravidanza e allattamento
Gravidanza
Quando necessario, la vitamina D può essere assunta durante la gravidanza. Il sovradosaggio di vitamina D deve essere evitato in gravidanza durante i primi 6 mesi in quanto può avere effetti tossici. Esiste una correlazione tra eccesso di assunzione o estrema sensibilità materna alla vitamina D durante la gravidanza e ritardo dello sviluppo fisico e mentale del bambino, stenosi aortica sopravalvolare e retinopatia.
L'ipercalcemia materna può anche portare alla soppressione della funzione paratiroidea nei neonati con conseguente ipocalcemia, tetania e convulsioni.

Allattamento
Quando necessario, la vitamina D può essere prescritta durante l'allattamento. Tale supplemento non sostituisce la somministrazione di vitamina D nel neonato. La vitamina D e i suoi metaboliti si ritrovano nel latte materno. Questo aspetto deve esser preso in considerazione quando si somministra al bambino ulteriore vitamina D.

Fertilità
Non ci sono dati relativi agli effetti del colecalciferolo sulla fertilità.

4.7 Effetti sulla capacità di guidare veicoli e sull'uso di macchinari
Non sono disponibili dati sugli effetti del prodotto sulla capacità di guidare. Tuttavia, un effetto su tale capacità è improbabile. In ogni caso, per la guida di veicoli o l'uso di macchinari, si deve tenere conto che come effetto indesiderato del trattamento con DIBASE capsule si può manifestare sonnolenza, sebbene raramente.

4.8 Effetti indesiderati
Se la posologia è conforme alle effettive esigenze individuali, DIBASE è ben tollerato, grazie anche alla capacità dell'organismo di accumulare il colecalciferolo nei tessuti adiposi e muscolari (vedere paragrafo 5.2).
Gli effetti indesiderati segnalati con l'uso della vitamina D sono riportati di seguito.
Le frequenze stimate degli eventi si basano sulla seguente convenzione: Comune (≥1/100, <1/10), Non comune (≥1/1.000, <1/100), Raro (≥1/10.000, <1/1.000), Molto raro (<1/10.000), non nota (la frequenza non può essere definita sulla base dei dati disponibili).

Frequenza	Comune	Non comune	Raro	Molto Raro	Non nota
Classificazione per sistemi e organi					
Disturbi del sistema immunitario			ipersensibilità		
Disturbi del metabolismo e della nutrizione		ipercalcemia, [secondaria a ipervitaminosi, che può manifestarsi solo in caso di sovradosaggio o in seguito ad un uso prolungato e incontrollato (vedere paragrafo 4.9)]	appetito ridotto, sete		polidipsia
Disturbi psichiatrici			sonnolenza, stato confusionale		
Patologie del sistema nervoso					cefalea
Patologie gastrointestinali			stipsi, flatulenza, dolore addominale, nausea, diarrea		vomito, disgeusia, bocca secca
Patologie della cute e del tessuto sottocutaneo			eruzione cutanea, prurito, orticaria		
Patologie renali e urinarie		ipercalcinuria			nefrocalcinosi, poliuria, insufficienza renale
Patologie generali e condizioni relative alla sede di somministrazione			astenia		

Segnalazione delle reazioni avverse sospette
La segnalazione delle reazioni avverse sospette che si verificano dopo l'autorizzazione del medicinale è importante, in quanto permette un monitoraggio continuo del rapporto beneficio/rischio del medicinale. Agli operatori sanitari è richiesto di segnalare qualsiasi reazione avversa sospetta tramite il sistema nazionale di segnalazione all'indirizzo **https://www.aifa.gov.it/content/segnalazioni-reazioni-avverse**.

4.9 Sovradosaggio
Interrompere l'assunzione di DIBASE quando la calcemia supera i 10,6 mg/dl (2,65 mmol/l) o se la calcinuria supera 300 mg/24 h negli adulti o 4-6 mg/kg/die nei bambini. Il sovradosaggio si manifesta come ipercalcinuria e ipercalcemia, i cui sintomi sono i seguenti: nausea, vomito, sete, polidipsia, poliuria, costipazione e disidratazione.
Sovradosaggi cronici possono portare a calcificazione vascolare e degli organi, come risultato dell'ipercalcemia.
Sovradosaggio in gravidanza: vedere paragrafo 4.6.
Trattamento in caso di sovradosaggio
Interrompere la somministrazione di DIBASE e procedere alla reidratazione. È possibile somministrare diuretici dell'ansa (es. furosemide), se non controindicati, al fine di assicurare un'adeguata diuresi.

5. PROPRIETÀ FARMACOLOGICHE

5.1 Proprietà farmacodinamiche
Categoria farmacoterapeutica: vitamina D e analoghi, colecalciferolo.
Codice ATC: A11CC05
L'attività farmacodinamica della vitamina D_3, proveniente in larga parte da sintesi cutanea e/o in minima entità da assorbimento intestinale conseguente ad assunzione di alimenti e/o di supplementi, deriva dalla trasformazione enzimatica, soprattutto a livello renale, del calcifediolo [25(OH)D_3, 25-idrossivitamina D_3], metabolita che si produce in gran parte a livello epatico, in calcitriolo [1,25$(OH)_2D_3$, 1,25 diidrossivitamina D_3], il metabolita attivo.
Il metabolita attivo, legandosi al recettore VDR intracellulare dei tessuti interessati, esercita numerose azioni importanti nell'organismo umano.
L'attività classica e principale della vitamina D è quella a livello del metabolismo fosfo-calcico. In questo caso, la vitamina D agisce congiuntamente all'ormone paratiroideo PTH e la loro attività ormonale ha il fine di mantenere l'omeostasi del calcio e del fosforo nella circolazione.
Nell'uomo, infatti, il calcio sierico è mantenuto in un intervallo ristretto di concentrazioni, tra 2,45 e 2,65 mmol/l. Quando la concentrazione ematica del calcio è inferiore ai livelli fisiologici, vengono attuati una serie di eventi anti-ipocalcemici per riportarla entro il range di normalità. Ciò si esplica su tre distretti specifici dell'organismo: rene, osso ed intestino. A livello del rene, il PTH stimola da una parte il riassorbimento tubulare del calcio e dall'altra la conversione del calcifediolo in calcitriolo nei tubuli prossimali. Sul tessuto osseo il calcitriolo agisce congiuntamente al PTH, regolando opportunamente il turnover osseo. In caso di ipocalcemia, aumenta l'espressione degli osteoclasti che porta alla degradazione del collagene e alla liberazione del calcio e del fosforo nel micro-ambiente e nel circolo ematico.
A livello dell'intestino tenue il calcitriolo, la cui conversione da calcifediolo è promossa dal PTH tramite l'attivazione dell'enzima 1α-idrossilasi, aumenta l'assorbimento di calcio e fosforo. Il sistema poi si autoregola in modo che, una volta che il calcio sia tornato nel *range* di normalità, non si determini uno stato di ipercalcemia.
Il calcitriolo, infatti, da una parte inibisce l'attività enzimatica 1α-idrossilasi e dall'altra sopprime l'attività delle paratoroidi, inibendo la proliferazione delle cellule paratiroidee e la loro secrezione di PTH. Inoltre, il calcitriolo si autoregola stimolando la espressione di enzimi che lo trasformano in metaboliti inattivi che vengono escreti nella bile.
La carenza di vitamina D comporta alterazioni del metabolismo dell'osso, che si traducono in patologie come il rachitismo nel bambino e l'osteomalacia nell'adulto, entrambe causate da una mineralizzazione insufficiente dell'osso. Nello stato carenziale, infatti, si determina una riduzione della concentrazione ematica di calcio che induce un aumento del PTH, il quale mobilita il calcio e il fosforo dal tessuto osseo. In questo modo, si mantiene una calcemia adeguata ma compaiono alterazioni secondarie come le alterazioni scheletriche tipiche del rachitismo/osteomalacia, ipofosforemia (il PTH riduce il riassorbimento renale del fosforo) e l'elevazione della fosfatasemia alcalina.
La somministrazione di vitamina D correge una situazione carenziale della stessa: aumenta l'assorbimento intestinale di calcio e il suo riassorbimento a livello renale, e, riducendo la secrezione dell'ormone paratiroideo (PTH), inibisce gli effetti dell'iperparatoroidismo secondario.
La carenza di vitamina D, inoltre, è un fattore di rischio dell'osteoporosi e delle fratture osteoporotiche, e, se non opportunamente corretta, può determinare il fallimento delle terapie con farmaci antiriassorbitivi nell'osteoporosi.

L'approccio più fisiologico della supplementazione con vitamina D è quello giornaliero col quale sono stati realizzati i principali studi che ne documentano l'efficacia; tuttavia al fine di migliorare l'aderenza al trattamento il ricorso a dosi equivalenti settimanali o mensili è giustificato da un punto di vista farmacologico. Una volta verificato il raggiungimento di valori di normalità essi possono essere mantenuti con dosi inferiori.

5.2 Proprietà farmacocinetiche
Assorbimento
La vitamina liposolubile D_3 è assorbita attraverso l'intestino tenue in presenza di acidi biliari con l'aiuto di micelle e passa nel sangue attraverso la circolazione linfatica. L'assorbimento del colecalciferolo a livello intestinale è favorito dalla concomitante assunzione di alimenti contenenti grassi.

Distribuzione
Il colecalciferolo è presente nel circolo ematico in associazione a specifiche α-globuline che lo trasportano al fegato, dove viene idrossilato a 25-idrossi-colecalciferolo.
Il colecalciferolo non metabolizzato viene accumulato nei tessuti adiposi e muscolari per essere reso disponibile in funzione del fabbisogno dell'organismo: per questo motivo DIBASE può essere somministrato anche a cadenza settimanale o mensile. Nei soggetti obesi si riduce la biodisponibilità della vitamina D a causa dell'eccesso di tessuto adiposo.

Biotrasformazione
La vitamina D_3 è rapidamente metabolizzata per idrossilazione a 25-idrossivitamina D_3 nel fegato, e successivamente metabolizzata a 1,25-diidrossivitamina D_3, che rappresenta la forma biologicamente attiva, nei reni. Una ulteriore idrossilazione avviene prima dell'eleminazione. Una piccola percentuale di vitamina D_3 subisce glucuronidazione prima dell'eliminazione.

Eliminazione
La vitamina D_3 e i suoi metaboliti sono escreti attraverso le feci e le urine.

5.3 Dati preclinici di sicurezza
Gli studi preclinici condotti in varie specie animali dimostrano che gli effetti tossici si verificano nell'animale a dosi nettamente superiori a quelle previste per l'uso terapeutico nell'uomo.
Negli studi di tossicità a dosi ripetute, gli effetti più comunemente riscontrati sono stati: aumento della calcinuria, diminuzione della fosfaturia e della proteinuria.
A dosi elevate, è stata osservata ipercalcemia. In una condizione prolungata di ipercalcemia le alterazioni istologiche (calcificazione) più frequenti sono state a carico dei reni, cuore, aorta, testicoli, timo e mucosa intestinale.
Gli studi di tossicità riproduttiva hanno dimostrato che il colecalciferolo non ha effetti nocivi sulla fertilità e riproduzione. A dosi che sono equivalenti a quelle terapeutiche, il colecalciferolo non ha attività teratogena.
Il colecalciferolo non ha potenziale attività mutagena e carcinogena.

6. INFORMAZIONI FARMACEUTICHE

6.1 Elenco degli eccipienti
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide:
capsula e banda di sigillatura della capsula: gelatina, titanio biossido (E171);
contenuto della capsula: olio di oliva raffinato.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide:
capsula: gelatina, titanio biossido (E171);
banda di sigillatura della capsula: gelatina, titanio biossido (E171), ossido di ferro giallo (E172)
contenuto della capsula: olio di oliva raffinato.

6.2 Incompatibilità
Non pertinente.

6.3 Periodo di validità
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide: 2 anni
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide: 2 anni

6.4 Precauzioni particolari per la conservazione
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide
Conservare a temperatura inferiore a 30° C.
Non congelare.
Conservare nella confezione originale per proteggere il medicinale dalla luce.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide
Conservare a temperatura inferiore a 30° C.
Non congelare.
Conservare nella confezione originale per proteggere il medicinale dalla luce.

6.5 Natura e contenuto del contenitore
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide, 30 capsule:
astuccio di cartone litografato contenente il foglio illustrativo e 3 blister bianco opaco di PVC/PVDC/Al da 10 capsule ciascuno.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide, 4 capsule:
astuccio di cartone litografato contenente il foglio illustrativo e 1 blister bianco opaco di PVC/PVDC/Al da 4 capsule.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide, 12 capsule:
astuccio di cartone litografato contenente il foglio illustrativo e 3 blister bianco opaco di PVC/PVDC/Al da 4 capsule ciascuno.

È possibile che non tutte le confezioni siano commercializzate.

6.6 Precauzioni particolari per lo smaltimento e la manipolazione
Nessuna istruzione particolare.
Il medicinale non utilizzato e i rifiuti derivati da tale medicinale devono essere smaltiti in conformità alla normativa locale vigente.

7. TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO
ABIOGEN PHARMA S.P.A. - Via Meucci, 36 - Ospedaletto - Pisa, Italia

8. NUMERI DELL'AUTORIZZAZIONE ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO
AIC 036635163 - "2.000 U.I. capsule rigide" - 30 capsule in blister Pvc/Pvdc-Al
AIC 036635175 - "6.000 U.I. capsule rigide" - 4 capsule in blister Pvc/Pvdc-Al
AIC 036635187 - "6.000 U.I. capsule rigide" - 12 capsule in blister Pvc/Pvdc-Al

9. DATA DELLA PRIMA AUTORIZZAZIONE/RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE
Data della prima autorizzazione: 09/10/2020

10. DATA DI REVISIONE DEL TESTO
07/2022

DIBASE 2.000 U.I. 30 capsule rigide 9,50 €
Classe C - RR

CGM | PHARMAONE
I servizi di CompuGroup Medical per la farmacia

CompuGroup Medical

CGM PHARMAONE è la divisione di CompuGroup Medical Italia dedicata al settore farmacie. Un intero sistema di soluzioni integrate che coprono le esigenze della singola farmacia come quelle dei gruppi di ogni dimensione. L'unico a garantire una copertura reale del territorio italiano grazie alle sue 24 filiali.

Synchronizing Healthcare

www.cgm.com/it

DIBASELAB

RIASSUNTO DELLE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO - 001/00

1. DENOMINAZIONE DEL MEDICINALE
DIBASELAB 1.000 U.I. capsule rigide

2. COMPOSIZIONE QUALITATIVA E QUANTITATIVA
1 capsula contiene: colecalciferolo (vitamina D_3) 0,025 mg pari a 1.000 U.I.
Per l'elenco completo degli eccipienti, vedere paragrafo 6.1.

3. FORMA FARMACEUTICA
Capsula rigida.
Corpo trasparente e testa bianca con banda di sigillatura rosa.

4. INFORMAZIONI CLINICHE
4.1 Indicazioni terapeutiche
Prevenzione dell'ipovitaminosi D per condizioni che comportano un'insufficiente produzione cutanea e/o un aumentato fabbisogno di vitamina D.
DIBASELAB è indicato negli adolescenti di età superiore a 12 anni e negli adulti.
4.2 Posologia e modo di somministrazione
Posologia
Sono consigliabili cicli di assunzione di 3 mesi.
Si riportano di seguito le condizioni di rischio che comportano un'insufficiente produzione cutanea e/o un aumentato fabbisogno di vitamina D:
• scarsa esposizione solare (es. soggetti istituzionalizzati) e, in ogni caso, se l'esposizione solare è insufficiente oppure inefficace (i.e. uso di filtri e schermi solari, periodo invernale);
• intensa pigmentazione cutanea;
• regimi alimentari particolari (poveri di calcio, vegetariani, privi di lattosio, ecc.);
• gravidanza (ultimo trimestre) e allattamento;
Adulti
1 capsula al giorno.
Gravidanza (ultimo trimestre) e allattamento
1 capsula ogni due giorni (corrispondente ad una dose giornaliera di 500 U.I.).
Popolazione pediatrica
DIBASELAB non è idoneo per bambini di età compresa tra 0 e 12 anni.
Adolescenti (> 12 anni)
1 capsula ogni due giorni (corrispondente ad una dose giornaliera di 500 U.I.).
Compromissione renale
In pazienti con compromissione renale da lieve a moderata: non è necessario alcun aggiustamento del dosaggio. Il colecalciferolo non deve essere somministrato a pazienti con grave compromissione renale.
Modo di somministrazione
Si raccomanda di assumere DIBASELAB durante i pasti (vedere paragrafo 5.2).
La capsula deve essere ingerita intera.
4.3 Controindicazioni
• Ipersensibilità al principio attivo o ad uno qualsiasi degli eccipienti elencati al paragrafo 6.1.
• Ipercalcemia, ipercalcinuria.
• Calcolosi renale (nefrolitiasi, nefrocalcinosi).
• Insufficienza renale grave (vedere paragrafo 4.4)
• Ipervitaminosi D
4.4 Avvertenze speciali e precauzioni di impiego
- *Assunzioni prolungate*. In questo caso il medico potrà valutare la necessità di monitorare il livello sierico di 25-idrossi-colecalciferolo. Qualora il livello sierico di 25-idrossi-colecalciferolo superasse i 100 ng/ml (pari a 250 nmol/l), è opportuno interrompere l'assunzione di DIBASELAB.
- *pazienti anziani già in trattamento con glicosidi cardiaci o diuretici (vedere paragrafo 4.5)*. In questi pazienti è importante il monitoraggio della calcemia. In caso di ipercalcemia e/o ipercalcinuria interrompere il trattamento con vitamina D.
- *pazienti con insufficienza renale da lieve a moderata*. Questi pazienti presentano un alterato metabolismo della vitamina D; perciò, se devono essere trattati con colecalciferolo, è necessario monitorare gli effetti sull'omeostasi di calcio e fosfato. Si deve considerare il rischio di calcificazione dei tessuti molli.
Per evitare un sovradosaggio, tenere conto della dose totale di vitamina D in caso di associazione con trattamenti contenenti già vitamina D, cibi addizionati con vitamina D o in caso di utilizzo di latte arricchito con vitamina D.
- *nei seguenti casi può essere necessaria una revisione dei dosaggi*:
• soggetti in trattamento con anticonvulsivanti o barbiturici (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con terapie corticosteroidee (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con farmaci che riducono i grassi circolanti (ipolipidemizzanti quali colestipolo, colestiramina - vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con farmaci che riducono l'assorbimento dei grassi (orlistat - vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con antiacidi contenenti alluminio (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti obesi (vedere paragrafo 5.2);
• patologie digestive (malassorbimento intestinale, mucoviscidosi o fibrosi cistica);
• insufficienza epatica.
- *pazienti affetti da sarcoidosi e/o iperparatiroidismo primitivo*. In questi soggetti il prodotto deve essere utilizzato con cautela per il possibile aumento della sua metabolizzazione nella forma attiva con conseguente effettivo rischio di ipercalcemia e ipercalcinuria. Per questo motivo in questi pazienti occorre monitorare il livello del calcio nel siero e nelle urine.
- *insufficienza renale severa*. In questa condizione, la vitamina D nella forma di colecalciferolo non è metabolizzata normalmente e dovrebbero essere utilizzate altre forme di vitamina D per mantenere un'adeguata omeostasi di calcio e fosfato. Questi pazienti necessitano di una gestione specialistica appropriata (vedere paragrafo 4.3).
- *pazienti con storia di calcolosi renale*. In questi soggetti devono essere monitorati i livelli di calcio e fosfato.
- *popolazione pediatrica*. DIBASELAB non è indicato per i bambini di età compresa tra 0 e 12 anni.
4.5 Interazioni con altri medicinali ed altre forme di interazione
In caso di trattamento con farmaci contenenti la ***digitale e altri glicosidici cardiaci***, la somministrazione orale di calcio combinato con la vitamina D aumenta il rischio di tossicità della digitale (aritmia). È pertanto richiesto lo stretto controllo del medico e, se necessario, il monitoraggio elettrocardiografico e delle concentrazioni sieriche di calcio.
Studi sugli animali hanno suggerito un possibile potenziamento dell'azione del ***warfarin*** quando somministrato con calciferolo. Sebbene non vi siano simili evidenze con l'impiego di colecalciferolo è opportuno usare cautela quando i due farmaci vengono usati contemporaneamente.
In caso di trattamento con ***diuretici tiazidici***, che riducono l'eliminazione urinaria del calcio, è raccomandato il controllo delle concentrazioni sieriche di calcio.
L'effetto della vitamina D_3 può essere ridotto per inattivazione metabolica dall'uso concomitante di farmaci induttori del CYP450:
- alcuni ***antibatterici*** (es. ***rifampicina***, ***isoniazide***);
- alcuni ***antiepilettici*** (es. ***carbamazepina***, ***fenobarbital***, ***fenitoina***, ***primidone***);
- *barbiturici*
- ***corticosteroidi***.
L'assorbimento della vitamina D è diminuito da:
- ***antiacidi contenenti alluminio***, in uso concomitante che può interferire con l'efficacia del farmaco;
- ipolipidemizzanti, quali ***colestiramina***, ***colestipolo***;
- ***orlistat***.
Preparati contenenti magnesio possono esporre al rischio di ipermagnesiemia.
L'***alcolismo cronico*** diminuisce le riserve di vitamina D nel fegato.
L'agente citotossico ***actinomicina*** e gli ***agenti imidazolici antifungini*** interferiscono con l'attività della vitamina D_3 inibendo la conversione della 25-idrossivitamina D_3 in 1,25-diidrossivitamina D_3 da parte dell'enzima renale, 25-idrossivitamina D-1-idrossilasi.
Riduzioni della concentrazione sierica di vitamina D sono state osservate a seguito della somministrazione di dosi tra 300 e 1200 mg/die di ketoconazolo in soggetti sani. Tuttavia, studi di interazione tra ketoconazolo e vitamina D non sono stati effettuati in vivo.
4.6 Fertilità, gravidanza e allattamento
Gravidanza
Quando necessario la vitamina D può essere assunta durante la gravidanza. Il sovradosaggio di vitamina D deve essere evitato in gravidanza durante i primi 6 mesi in quanto può avere effetti tossici. Esiste una correlazione tra eccesso di assunzione o estrema sensibilità materna alla vitamina D durante la gravidanza e ritardo dello sviluppo fisico e mentale del bambino, stenosi aortica sopravalvolare e retinopatia. L'ipercalcemia materna può anche portare alla soppressione della funzione paratiroidea nei neonati con conseguente ipocalcemia, tetania e convulsioni.
Allattamento
Quando necessario, la vitamina D può essere assunta durante l'allattamento. Tale supplementazione non sostituisce la somministrazione di vitamina D nel neonato. La vitamina D e i suoi metaboliti si ritrovano nel latte materno. Questo aspetto deve essere preso in considerazione quando si somministra al bambino ulteriore vitamina D.
Fertilità
Non ci sono dati relativi agli effetti del colecalciferolo sulla fertilità.
4.7 Effetti sulla capacità di guidare veicoli e sull'uso di macchinari
Non sono disponibili dati sugli effetti del prodotto sulla capacità di guidare. Tuttavia, un effetto su tale capacità è improbabile. In ogni caso, per la guida di veicoli o l'uso di macchinari, si deve tenere conto che come effetto indesiderato del trattamento con DIBASELAB si può manifestare sonnolenza, sebbene raramente.
4.8 Effetti indesiderati
Se la posologia è conforme alle effettive esigenze individuali, il colecalciferolo è ben tollerato, grazie anche alla capacità dell'organismo di accumularlo nei tessuti adiposi e muscolari (vedere paragrafo 5.2).
Sulla base dei dati degli studi clinici e dell'esperienza post-marketing, di seguito sono riportati gli effetti indesiderati di vitamina D. Le frequenze stimate degli eventi si basano sulla seguente convenzione: comune (≥ 1/100, <1/10); non comune (≥ 1/1.000, < 1/100); rara (≥ 1/10.000, < 1/1.000); molto rara (< 1/10.000); non nota (la frequenza non può essere definita sulla base dei dati disponibili).

	Sistema Classificazione organo	Frequenza
Disturbi del sistema imunitario	ipersensibilità	Rara
Disturbi del metabolismo e della nutrizione	ipercalcemia, [secondaria a ipervitaminosi, che può manifestarsi solo in caso di sovradosaggio o in seguito ad un uso prolungato e incontrollato (vedere paragrafo 4.9)]	Non comune
	appetito ridotto, sete	Rara
	polidipsia	Non nota
Disturbi psichiatrici	sonnolenza, stato confusionale	Rara
Patologie del sistema nervoso	cefalea	Non nota
Patologie gastrointestinali	stipsi, flatulenza, dolore addominale, nausea, diarrea	Rara
	vomito, disgeusia, bocca secca	Non nota
Patologie della cute e del tessuto sottocutaneo	eruzione cutanea, prurito, orticaria	Rara
Patologie renali ed urinarie	nefrocalcinosi, poliuria, insufficienza renale	Non nota
	ipercalcinuria	Non comune
Patologie generali e condizioni relative alla sede di somministrazione	astenia	Rara

Segnalazione delle reazioni avverse sospette
La segnalazione delle reazioni avverse sospette che si verificano dopo l'autorizzazione del medicinale è importante, in quanto permette un monitoraggio continuo del rapporto beneficio/rischio del medicinale. Agli operatori sanitari è richiesto di segnalare qualsiasi reazione avversa sospetta tramite il sistema nazionale di segnalazione all'indirizzo **https://www.aifa.gov.it/content/segnalazioni-reazioni-avverse**.
4.9 Sovradosaggio
Un sovradosaggio acuto o cronico di vitamina D può causare ipercalcemia.
Interrompere l'assunzione di DIBASELAB quando la calcemia supera i 10,6 mg/dl (2,65 mmol/l) o se la calciuria supera 300 mg/24 h negli adulti o 4-6 mg/kg/die nei bambini. Il sovradosaggio si manifesta come ipercalcinuria e ipercalcemia, i cui sintomi sono i seguenti: nausea, vomito, sete, polidipsia, poliuria, costipazione, disidratazione.
Sovradosaggi cronici possono portare a calcificazione vascolare e degli organi, come risultato dell'ipercalcemia.
Sovradosaggio in gravidanza:
Il sovradosaggio di vitamina D deve essere evitato in gravidanza (vedere paragrafo 4.6).
Trattamento in caso di sovradosaggio
Interrompere l'assunzione di DIBASELAB e procedere alla reidratazione. È possibile somministrare diuretici dell'ansa (es. furosemide), se non controindicati, al fine di assicurare un'adeguata diuresi.

5. PROPRIETÀ FARMACOLOGICHE
5.1 Proprietà farmacodinamiche
Categoria farmacoterapeutica: vitamina D e analoghi, colecalciferolo.
Codice ATC: A11CC05
La vitamina D corregge una situazione carenziale della stessa e aumenta l'assorbimento intestinale di calcio, l'incorporazione del calcio nell'osteoide ed il rilascio di calcio dal tessuto osseo. A livello dell'intestino tenue promuove l'assorbimento del calcio e stimola il trasporto attivo e passivo del fosfato. Nel rene inibisce l'escrezione di calcio e fosfato, promuovendo il riassorbimento tubulare. Inibisce direttamente la produzione di paratormone (PTH), che viene ulteriormente ridotta dall'aumento della calcemia.
5.2 Proprietà farmacocinetiche
Come per le altre vitamine liposolubili, l'assorbimento del colecalciferolo a livello intestinale è favorito dalla concomitante assunzione di alimenti contenenti grassi.
Il colecalciferolo (vitamina D_3) è presente nel circolo ematico in associazione a specifiche α-globuline che lo trasportano al fegato, dove viene idrossilato a 25-idrossi-colecalciferolo (calcifediolo). Una seconda idrossilazione avviene nei reni, dove il 25-idrossi-colecalciferolo (calcifediolo) viene trasformato in 1,25-diidrossi-colecalciferolo (calcitriolo), che rappresenta il metabolita attivo della vitamina D responsabile degli effetti sul metabolismo fosfocalcico.
Il colecalciferolo non metabolizzato viene accumulato nei tessuti adiposi e muscolari per essere reso disponibile in funzione del fabbisogno dell'organismo. Tuttavia, con DIBASELAB è improbabile che si verifichi accumulo a causa del basso dosaggio.
Nei soggetti obesi si riduce la biodisponibilità del colecalciferolo (vitamina D_3) a causa dell'eccesso di tessuto adiposo.
La vitamina D viene eliminata attraverso le feci e le urine.
5.3 Dati preclinici di sicurezza
Gli studi preclinici condotti in varie specie animali dimostrano che gli effetti tossici si verificano nell'animale a dosi nettamente superiori a quelle previste per l'uso terapeutico nell'uomo.
Negli studi di tossicità a dosi ripetute, gli effetti più comunemente riscontrati sono stati: aumento della calcinuria, diminuzione della fosfaturia e della proteinuria.
A dosi elevate, è stata osservata ipercalcemia. In una condizione prolungata di ipercalcemia le alterazioni istologiche (calcificazione) più frequenti sono state a carico dei reni, cuore, aorta, testicoli, timo e mucosa intestinale.
Gli studi di tossicità riproduttiva hanno dimostrato che il colecalciferolo non ha effetti nocivi sulla fertilità e riproduzione. A dosi che sono equivalenti a quelle terapeutiche, il colecalciferolo non ha attività teratogena.
Il colecalciferolo non ha potenziale attività mutagena e carcinogena.

6. INFORMAZIONI FARMACEUTICHE
6.1 Elenco degli eccipienti
Capsula: gelatina, titanio biossido (E171).
Banda di sigillatura della capsula: gelatina, titanio biossido (E171), ossido di ferro (E 172).
Contenuto della capsula: olio di oliva raffinato.
6.2 Incompatibilità
Non pertinente.
6.3 Periodo di validità
2 anni.
6.4 Precauzioni particolari per la conservazione
Non congelare.
Conservare nella confezione originale per proteggere il medicinale dalla luce.
6.5 Natura e contenuto del contenitore
Scatola di cartone litografato, contenente il foglio illustrativo e 3 blister di colore bianco opaco, di PVC-PVDC-Al da 10 capsule ciascuno.
6.6 Precauzioni particolari per lo smaltimento e la manipolazione
Nessuna istruzione particolare.
Il medicinale non utilizzato e i rifiuti derivati da tale medicinale devono essere smaltiti in conformità alla normativa locale vigente.

7. TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO
ABIOGEN PHARMA S.P.A. - Via Meucci, 36 - Ospedaletto - Pisa (Italia)

8. NUMERI DELL'AUTORIZZAZIONE ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO
045440017-1.000 U.I. capsula rigida, 30 capsule in blister PVC/PVDC-Al

9. DATA DELLA PRIMA AUTORIZZAZIONE/RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE
Data della prima autorizzazione: 09/10/2020

10. DATA DI REVISIONE DEL TESTO
10/2020

DIBASELAB 1.000 U.I. 30 capsule rigide 7,00 €
Classe C - RR

Ci prendiamo cura del bene più prezioso: la tua Salute

Per la salute e il benessere delle persone che ami e di te stesso, affidati ad EG STADA. Dal 1998 siamo al fianco di milioni di Persone con soluzioni per ogni tipo di necessità, dai piccoli disturbi quotidiani alle problematiche di Salute più complesse e sfidanti.

Da 25 anni **insieme**

Ti aspettiamo su:
www.egstada.it

EG STADA GROUP 25 ANNI | STADA Caring for People's Health

NATURA MIX ADVANCED

IL Multinaturale

L'alternativa NATURALE ai MULTIVITAMINICI e TONICI di sintesi

SPECIALE
+ NATURA PER TUTTI

CONFEZIONI SPECIALI 1+1 in omaggio

CONFEZIONI SPECIALI +40% di prodotto in omaggio

IL PIANO MARKETING A SUPPORTO DEL TUO CONSIGLIO

Grande promozione su tutte le referenze.
Con nuovi materiali per massimizzarne il sell-out e la visibilità.

Campagna Web di Influencer Marketing.
Per promuovere la notorietà, la prova del prodotto e soddisfare le richieste di tutte le persone.

Formazione professionale.
Con video corso e webinar.

senza glutine

100% FORMULA NATURALE BIODEGRADABILE

ZERO SOSTANZE DI SINTESI

INTEGRATORI ALIMENTARI

PER INFORMAZIONI CONTATTA L'AGENTE DI ZONA O L'UFFICIO COMMERCIALE:
FRONTOFFICE@ABOCA.IT - 0575 746316

Certified B Corporation

Aboca è una **Società Benefit** ed è certificata **B Corp**
www.aboca.com/bene-comune

Aboca S.p.A. Società Agricola
Sansepolcro (AR)

MATERIALE AD ESCLUSIVO USO PROFESSIONALE

Aboca