

NEWS



LA PREVENZIONE INIZIA DA GIOVANI

La campagna Sole Sicuro è stata ideata e promossa da Aideco (Associazione Italiana Dermatologia e Cosmetologia) per divulgare l'importanza della protezione dai raggi solari e ridurre una tra le prime cinque cause di rischio di tumore. L'iniziativa, lanciata nel 2014 e supportata da Omia, azienda specializzata nella produzione di cosmetici naturali e biologici, giunge quest'anno a un importante traguardo con l'apertura alle scuole, con lo scopo di

informare i giovani e sensibilizzarli verso una corretta esposizione al sole. Patrocinata da Roma Capitale, a partire da metà maggio sarà divulgata nelle scuole medie inferiori del Lazio, grazie alla collaborazione del Comune e dell'Usrl del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca: un filmato della durata di circa 50 minuti spiegherà rischi e benefici dei raggi solari, mostrando l'importanza di una corretta fotoprotezione.

HUMANA ITALIA CONFERMA LA FIDUCIA NELL'ECOUPONING

L'azienda si affida all'esperienza di **Kiwi** BuonMercato per una nuova iniziativa di eCouponing multichannel. La campagna è stata progettata per supportare i principali prodotti dell'assortimento Humana e dare visibilità alla nuova linea di svezamento biologica "Io e Bio". Per tutta la durata dell'operazione, il CouponSite implementato ad hoc per la distribuzione di buoni sconto digitali stampabili sarà inserito nel nuovo minisito di intrattenimento di Humana Giocaresecondonatura.com. In contemporanea gli eCoupon del brand saranno on air su Sconty.it, la piattaforma proprietaria del CouponNetwork by **Kiwi** BuonMercato. I buoni sono validi nei migliori ipermercati, supermercati, punti vendita specializzati per l'infanzia e farmacie che hanno aderito all'iniziativa.

COSMOFARMA EXHIBITION 2015: I PREMI

Durante la serata di gala di venerdì 17 aprile al MAST di Bologna, Annarosa Racca, presidente di Federfarma, ha consegnato il premio "Il farmacista dell'anno" a Massimo Scaccabarozzi, per aver confermato e rinsaldato lo storico legame tra farmacia e industria farmaceutica. La presidente di Fenagifar, Pia Policicchio, ha consegnato il premio Giovane Farmacista a Marco Parente, grazie allo sviluppo de "I quaderni del Master IV Edizione". La disponibilità e la dedizione di Cristiana Pensa, titolare della Farmacia Pensa di Torino, sono state riconosciute con il premio Banco Farmaceutico 2015. Il premio Innovation & Research, istituito quest'anno da Cosmofarma per premiare la ricerca e l'innovazione scientifica e tecnologica nel settore farmaceutico, ha visto vincitore

per la categoria "Tecnologia - Sistemi per Farmacia" Gruppo Zero24 per Pharm.Maciste 24, distributore automatico di prodotti parafarmaceutici. Per la categoria "Tecnologia - Sistemi per il consumatore" è stato premiato Ellipta di GlaxoSmithKline. Easy Chain di Sartoretto Verna si è aggiudicato il premio per "Tecnologia - Arredi". Per l'"Alimentazione" il premio è andato a Giusto di Giuliani, il pane ottenuto dalla farina di frumento deglutinata. Nel settore "Automedicazione" si è aggiudicato il riconoscimento Dompé per Fluifort, lo sciroppo contro tosse e catarro in bustine pre-dosate. Per la "Dermocosmesi", infine, è stato premiato Lipikar Baume AP di La Roche-Posay, prodotto viso-corpo anti-infiammatorio e anti-prurito per il trattamento di pelli molto secche e iperattive.

I CONSUMATORI PREMIANO L'INNOVAZIONE

Nell'ambito della decima edizione del Premio Vichy Idéal Soleil Autoabbronzante è stato Eletto Prodotto dell'Anno 2015 per la categoria "Abbronzatura Farmacia" e Biorepair Gengive Delicate, il dentifricio a base di microRepair di Coswell, è stato premiato nella categoria "Dentifrici". Il riconoscimento Eletto Prodotto dell'Anno viene determinato sull'opinione espressa dai consumatori in merito a innovazione e grado di soddisfazione. È organizzato da Marketing e Innovazione Italia e rappresenta un evento unico nel panorama dei riconoscimenti a livello di prodotto, essendo l'unico assegnato direttamente dai consumatori.



L'APP SOLE AMICO SI RINNOVA

Dopo il grande successo della versione lanciata nel 2012 - quasi 16.000 download solo da Apple Store - l'app Sole Amico sarà a breve disponibile in una veste rinnovata. Realizzata da Cosmetica Italia e Commissione Difesa Vista, Sole Amico ha l'obiettivo di diffondere la cultura della protezione, coniugando in modo intelligente informazione e aspetti ludici, intrattenimento e multimedialità. Uno strumento prezioso, dunque, per esporsi al sole in tutta sicurezza, con una rinnovata veste grafica e nuovi contenuti.

NEWS



UNILEVER PUNTA SULLA FARMACIA

La multinazionale anglo-olandese dei prodotti di largo consumo ha annunciato il suo ingresso nel segmento alto di gamma con il lancio di prodotti innovativi nei mercati dell'oral care - quali la linea Regenerate, un innovativo sistema di igiene dentale in grado di invertire il processo di erosione e rigenerare lo smalto - dello skincare e dell'hair care. La divisione Prestige, con sede a Londra, ha l'obiettivo di entrare in circa 800 farmacie prima dell'estate, nonché di distribuire il prodotto in department store nelle profumerie.

FOFI: RINNOVATI I VERTICI FEDERALI

Con la riunione del Comitato Centrale del 20 aprile, si è concluso il rinnovo delle cariche apicali della Federazione degli Ordini dei Farmacisti Italiani. Alla presidenza è stato confermato Andrea Mandelli, presidente dell'Ordine di Milano, Lodi e Monza Brianza; alla vicepresidenza Luigi D'Ambrosio Lettieri, presidente dell'Ordine di Bari e Bat; alla segreteria Maurizio Pace, presidente dell'Ordine di Agrigento, Mario Giaccone, presidente dell'Ordine di Torino, è stato eletto tesoriere.



QUANDO IL QUOTIDIANO INCONTRA IL DESIGN

Si è tenuta dal 14 al 19 aprile negli spazi del Fuori Salone del Mobile di Milano una mostra originale: taurin, brand dedicato all'igiene orale per eccellenza, è stato affiancato nelle fotografie oniriche di Giacomo Giannini dai prodotti per il bagno firmati Alessi. Gli oggetti di design sono immersi in un contesto quotidiano nella città di Milano, in cui co-protagonista è l'acqua, fattore che li unisce.



LALLAI ENTRA IN NUXE

Sabrina Lallai è stata nominata da febbraio marketing manager di Laboratoire Nuxe Italia. Lavora nel mondo della farmacia dal 2005, prima in qualità di responsabile marketing in Arkopharma poi dal 2011 come marketing & communication manager in Paladin Pharma.

È ONLINE IL NUOVO SITO DI SKINIUS

Azienda dermocosmetica tutta italiana, guidata dalla biologa e ricercatrice Mariagrazia Boniardi, Skinus inaugura il nuovo sito web www.skinus.it. Inoltre esperti cosmetologi e dermatologi del brand sono disponibili per una consulenza via mail o tramite la pagina Facebook.

L'ERBOLARIO REGALA LE BEAUTY-POCHETTE

Indispensabili per portare ovunque i cosmetici preferiti, in versione verde e arancione, maxi e small, sono doppiamente apprezzate. All'acquisto di tre prodotti si riceve subito in omaggio la comoda Beauty-Pochette nel formato maxi, che contiene il Bagnoschiama e la Crema Profumata Camelia o il Bagnoschiama e la Crema Fluida Accordo Arancio. Acquistando due prodotti, in regalo la Beauty-Pochette small; al suo interno il Bagnoschiama Camelia o Accordo Arancio.



IN VIAGGIO INFORMATI

Nell'ambito del Progetto EESSI (Electronic Exchange of social Security Information) finanziato dalla Commissione europea, il Ministero della salute ha realizzato la brochure Mobilità Sanitaria Internazionale - prodotta in 100.000 copie e già distribuita a tutte le Asl - e l'evoluzione della App "Se Parto per..." per mobile, due strumenti per rendere più semplice l'assistenza sanitaria all'estero. La App è una guida interattiva che permette agli assistiti e agli operatori sanitari di avere informazioni sul diritto o meno all'assistenza sanitaria durante un soggiorno o residenza in un qualsiasi Paese del mondo, come ottenerla, a chi rivolgersi e come richiedere eventuali rimborsi; consultare la Directory con tutte le istituzioni europee coinvolte nell'erogazione dei servizi di sicurezza sociale e la normativa comunitaria e italiana attualmente vigente.

LA PELLE IDEALE ANCHE IN ESTATE CON VICHY

Il brand si avvicina al tema della protezione solare in ottica "educational", per sensibilizzare i consumatori sulla scelta del fattore di protezione più adeguato a fototipo e tipo di esposizione. È ripartita quindi la campagna più (ti) proteggi più risparmi: il prezzo di tutti i prodotti solari è scontato di una percentuale corrispondente all'Spt, dal 50% al 20%. Inoltre Vichy ha pensato di abbinare ai suoi solari il formato speciale da 100 ml del doposole. Infine, in farmacia è possibile ricevere una consulenza personalizzata sui prodotti complementari da utilizzare durante le vacanze.