

# YOUR PROGRESS YOUR CHOICE LET'S SHAPE IT TOGETHER.



**EP25**  
EUROPEAN  
PHARMACY  
PLUS 2025

La farmacia si sta dirigendo verso un modello di business sanitario interconnesso, dove la digitalizzazione, l'automazione e molti altri fattori innovativi ricoprono un ruolo sempre più importante. I nostri 9 percorsi rispecchiano i principali trend del settore e hanno l'obiettivo di creare un futuro strategico per la tua farmacia. **Your progress, your choice: let's shape it together.**

# EUROPEAN PHARMACY PLUS 2025

## Un progetto strategico che delinea con chiarezza l'evoluzione della farmacia

Riesci a immaginare che la tua farmacia diventi il principale centro sanitario della tua città? Hai mai desiderato offrire in maniera efficiente e flessibile servizi aggiuntivi come ad es. vaccinazioni, trattamenti cosmetici, consulenze specialistiche?

Insieme ai nostri principali partner in Europa e agli istituti di ricerca IQVIA e Appinio, abbiamo creato European Pharmacy Plus 2025, un progetto che guida le farmacie verso un futuro strategico.

Il programma è costituito da **nove percorsi** che sono stati identificati durante un'estesa ricerca sia sulle farmacie europee sia sui consumatori finali.

Da qui al 2025 la farmacia sarà sempre più **interconnessa** con i clienti-pazienti e con gli operatori sanitari grazie alle nuove tecnologie, **hub di servizi sanitari evoluti**, proiettata verso la **domiciliazione dell'offerta** ma anche luogo di consigli qualificati e di esperienze **gratificanti** in ambito salute e benessere.

Il futuro è dietro l'angolo, cosa stai aspettando? Fai un passo verso il futuro insieme a noi.



# NOVE PERCORSI

|  |         |
|--|---------|
| <b>HUB DI SERVIZI SANITARI<br/>PER LA COMUNITÀ</b> | 4 – 5   |
| <b>ESPERIENZA DI ACQUISTO</b>                      | 6 – 7   |
| <b>OTTIMIZZAZIONE AZIENDALE</b>                    | 8 – 9   |
| <b>SUPPORTO DIGITALE</b>                           | 10 – 11 |
| <b>SERVIZI SANITARI</b>                            | 12 – 13 |
| <b>ASSISTENZA DOMICILIARE</b>                      | 14 – 15 |
| <b>CATEGORY MANAGEMENT</b>                         | 16 – 17 |
| <b>AUTOMAZIONE</b>                                 | 18 – 19 |
| <b>CREAZIONE E DIFFUSIONE<br/>DEL BRAND</b>        | 20 – 21 |



# HUB DI SERVIZI SANITARI PER LA COMUNITÀ

## Il Centro Salute nella tua farmacia

I servizi, integrati con l'attività di consulenza al banco, occuperanno sempre maggior spazio nelle attività di una farmacia che voglia essere vicina al cliente. Strumenti dedicati e un metodo di successo supportano la farmacia nella trasformazione in un vero e proprio centro salute specialistico per la prevenzione e la cura del paziente in collaborazione con altri operatori sanitari.

## I primi 3 step

- Eseguire un'analisi dettagliata delle esigenze del territorio
- Integrare l'attività di prevenzione, monitoraggio e di salute all'interno dell'attività quotidiana della farmacia
- Formare lo staff

## IL TUO COLLEGA DI FIDUCIA



Coinvolgere il paziente in un percorso di presa in carico di salute da lui richiesto e attraverso l'appuntamento, porta la farmacia (come punto salute) ad un percepito di livello superiore. Il farmacista mi dedica del tempo al di fuori del one to one veloce e frettoloso al banco.”

– Angelo Lazzarin, Farmacia Lazzarin Centro Salute, Veggiano

## IL TUO PARTNER DI FIDUCIA



**La strada per consolidare la professione del farmacista nel proprio territorio passa attraverso l'evoluzione della farmacia in un centro salute. Per fare questo è necessario imparare a fare rete con i professionisti della salute.”**

– Pierre Emmanuel Telleri, CoFounder and Consultant Pharmacy Clinic

**Pharmacy Clinic** è una società specializzata nella consulenza e nella formazione dedicata alle farmacie che vogliono diventare centri salute e sviluppare la propria area servizi in farmacia. Pharmacy Clinic ha innovato i concept e le logiche legate al mondo dei poliambulatori focalizzandosi sulla prevenzione e su un nuovo modello di salute ritenendo le farmacie il primo presidio sanitario del territorio. Grazie al supporto dello staff del poliambulatorio Zadei Clinic di Brescia, con il sostegno e la visione del Gruppo Copan Spa, leader globale per l'invenzione di prodotti e produzione di dispositivi di prelievo per indagini microbiologiche di patologie infettive, il supporto consulenziale e strategico di Healthcare Development, leader nello sviluppo commerciale marketing etico per le strutture sanitarie, è in grado di offrire consulenza, formazione e soluzioni di telemedicina alle farmacie che vogliono sviluppare i propri servizi in farmacia.



Contattaci e fissa un appuntamento con noi:  
**info@pharmacyclinic.it | +39 353 413698**

Dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Oppure visita [www.ep25.info](http://www.ep25.info)





# ESPERIENZA DI ACQUISTO

## Il valore del layout progettato in ottica Retail

I dati affermano che il paziente-cliente acquista sempre meno in farmacia, e quando lo fa, sceglie quel luogo che riconosce come “di valore”, quello spazio che agisce sulle leve emozionali tipiche del marketing esperienziale. Cerca emozioni, un coinvolgimento attivo, vuole una motivazione in più per scegliere di entrare in quella farmacia. La progettazione di uno spazio e un layout in ottica Retail, è la conditio sine qua non per cominciare questo viaggio esperienziale, per la migliore Patient Shopping Experience. Se l’esperienza è chiara e coinvolgente, il cliente sarà fidelizzato, creerà valore e aumento del fatturato.

### I primi 3 step

- Analizzare il comportamento d’acquisto dei propri pazienti-clienti
- Progettare un layout performante ed esperienziale
- Studiare una strategia di comunicazione vincente per lo spazio e il paziente-cliente



## IL TUO COLLEGA DI FIDUCIA

Grazie a Mobil M abbiamo rafforzato la nostra identità sul territorio e migliorato l’esperienza di acquisto del cliente-paziente. I nostri pazienti sono fidelizzati e considerano Farmacia Basaglia un vero punto di riferimento sanitario sul territorio.”

– Marco Basaglia, Farmacia Basaglia, Barzanò





## IL TUO PARTNER DI FIDUCIA



**Con noi progetti la Tua Farmacia. Grazie ad una shopping experience avvolgente, creiamo insieme un percorso cliente volto alla redditività.”**

– Valentina Caprara, Marketing Manager Mobil M

La progettazione evoluta di **Mobil M** è il punto di partenza per migliorare la performance della Farmacia. Ottimizzare il layout creando percorsi d'acquisto volti ad incentivare il libero servizio; ideare spazi che siano in grado di valorizzare l'identità della Farmacia e che aiutino il cliente-paziente ad orientarsi; utilizzare le strutture espositive per direzionare le persone; sfruttare la tecnologia con l'obiettivo di rendere indimenticabile l'esperienza d'acquisto.



Contattaci e fissa un appuntamento con noi:

**info@mobil-m.it | +39 02 36515095**

Dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Oppure visita [www.ep25.info](http://www.ep25.info)





# OTTIMIZZAZIONE AZIENDALE

## Gestire la farmacia con efficacia ed efficienza

Pianificazione del personale, gestione degli ordini e della merce in ingresso, contabilità, pianificazione dei servizi: la giornata del farmacista è caratterizzata da attività amministrative che hanno poco a che fare con la sua professione. L'attuale contesto di mercato, fatto di competizione, innovazione e trasformazione digitale, impone una ristrutturazione dei modelli organizzativi delle farmacie. Migliorando le operazioni di back office per razionalizzare i processi aziendali, il titolare ha maggior tempo per prendersi più cura dei propri pazienti, del suo team e della redditività della sua farmacia.

### I primi 3 step

- Creazione di un piano di miglioramento del business, identificando le attività a basso valore aggiunto
- Favorire l'adozione di procedure di automazione, con lo scopo di sostituire le attività ripetitive
- Integrare soluzioni di gestione appropriate alle tue esigenze

## IL TUO COLLEGA DI FIDUCIA

“Avere accanto un gruppo come Farvima mi dà fiducia e supporto in un momento di grande cambiamento per la Farmacia. In particolare attraverso il Network Farmà ho potuto migliorare la marginalità, ridurre il magazzino e avere più tempo per concentrarmi nella mia professione. Non secondario il supporto nei processi di innovazione digitale che il gruppo sta promuovendo e che da solo non avrei potuto gestire.”

– Sante Chinnici, Farmacia De Iaco, Paternò



## IL TUO PARTNER DI FIDUCIA



L'interazione tra Distributore e Farmacia è la sfida del prossimo futuro. Noi la perseguiamo con un ampio e strutturato progetto commerciale e industriale.”

– Mirko De Falco, AD Farvima Medicinali SpA



Ottimizzazione aziendale significa implementare e costituire un corollario di servizi efficaci ed efficienti per la farmacia al fine di potenziare e razionalizzare la sua gestione aziendale. Servizi fruibili e moderni per accelerare la sua crescita nel divenire il “modello sanitario connesso” che oggi è chiamata a essere. Come partner storico della farmacia, oggi contiamo quasi 10.000 clienti, sentiamo il dovere di accompagnare la farmacia in questo percorso evolutivo. Lo perseguiamo con il nostro costante aggiornamento dei processi logistici, informatici e dell’offerta commerciale. Pionieri di ottimizzazione aziendale apriamo così la strada ai clienti, pianificando lo sviluppo strategico di una molteplicità di attività operative per conto della farmacia con la finalità di ottimizzare le risorse finanziarie, razionalizzare lo spazio fisico del punto vendita ed aumentare la connessione con i clienti in ed out store.



Contattaci e fissa un appuntamento con noi:  
**customerservice@farvima.it | +39 800983711**

Dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Oppure visita [www.ep25.info](http://www.ep25.info)





# SUPPORTO DIGITALE

## L'evoluzione digitale della farmacia

La tecnologia digitale diventa parte integrante della visione di business e deve includere ogni attività di gestione della farmacia, dallo sviluppo di canali online alla digitalizzazione di servizi connessi ai farmaci, che permettono di ottenere numerose informazioni relative al patient journey.

### I primi 3 step

- Investire in un percorso formativo sul digitale
- Integrare servizi sanitari digitali
- Sviluppo di canali per la presenza online



## IL TUO COLLEGA DI FIDUCIA

L'e-commerce rappresenta per noi un'importante opportunità di crescita e di estensione del brand. La cura di ogni dettaglio è alla base degli ottimi risultati conseguiti.”

– Alessandro Grilli, Farmahealth, Napoli





## IL TUO PARTNER DI FIDUCIA



Mettiamo a disposizione dei nostri clienti strumenti evoluti di analisi dei dati e un team di professionisti in grado di supportarli in ogni attività con l'obiettivo costante del miglioramento delle performance.”

– Nicola Romita, CEO & Managing Director Rif Raf

**Rif Raf** supporta le farmacie nel progettare e realizzare e-commerce di successo, adattando la strategia di comunicazione all'identità del brand e ai suoi valori.

**RIFRAF**

Contattaci e fissa un appuntamento con Rif Raf:

**info@rifraf.it | +39 081 5780673**

Dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Oppure visita [www.ep25.info](http://www.ep25.info)



# 5 |

## SERVIZI SANITARI

### Estensione del ruolo del farmacista oltre la prescrizione

Trasformare il ruolo del farmacista in un consulente di fiducia attraverso l'ascolto delle nuove esigenze delle persone in tema di salute, offrendo risposte personalizzate e presenza competente sia nello spazio fisico che nello spazio digitale. Le farmacie devono guardare oltre i servizi che offrono attualmente e puntare sull'innovazione tecnologica in merito a device diagnostici e di prevenzione.

#### I primi 3 step

- Identificazione di partner per i servizi sanitari digitali e in farmacia
- Aumento della qualità del servizio alle persone
- Riduzione dei tempi di lavoro applicato a funzioni ripetitive

### IL TUO COLLEGA DI FIDUCIA



La farmacia Unica offre la possibilità di elevare la qualità della professione del Farmacista. La presenza della Tecnologia, applicata ad aspetti non centrali del nostro lavoro, consente di concentrarsi sull'ascolto del cliente e dedicarsi alle soluzioni adatte ai problemi di prevenzione e cura. La telemedicina e i servizi della farmacia sono asse portante per rendere sempre più la farmacia Unica il primo presidio territoriale accessibile. La farmacia ibrida trova in farmacia Unica la sua applicazione più ampia e pronta ad accogliere tutte le nuove applicazioni utili al miglioramento dello stato di salute della popolazione.”

– Francesca Lastrucci, Farmacia Bonomi, Canegrate



## IL TUO PARTNER DI FIDUCIA



Utilizzando il termine **farmacia ibrida** vogliamo rappresentare i due motori che lavorano in sinergia in una **Farmacia Unica**. Il “motore” professionale e il “motore” tecnologico.”

– Santo Barreca, Responsabile Gestione e Sviluppo Farmacie Unica e Franchising

La farmacia che realizziamo e progettiamo ha una doppia anima: Umana e Tecnologica. Umana per essere utile alla salute della popolazione. Umana nell’ ascoltare e consigliare le persone nelle loro necessità. Tecnologica introducendo strumenti che potenzino le qualità del servizio e consentano ai farmacisti di dedicare tempo per la fase Umana. Le due fasi lavorano in sincronia potenziandosi a vicenda. Nella farmacia che utilizzeremo come laboratorio sono presenti molti di questi aspetti (magazzino automatizzato, gestione degli incassi, riordino automatico, telemedicina). Durante il progetto implementeremo alcune funzioni tecnologiche specifiche (Servizi di Teleconsulto, Servizi di Click & Collect, Self check out). Di pari passo innalzeremo il livello di servizio in linea con le nuove esigenze evidenziate in questo ultimo anno. Lo faremo migliorando gli spazi per offrire percorsi di prevenzione, effettuare vaccinazioni, tamponi di screening e ulteriori attività di telemedicina.



Contattaci e fissa un appuntamento con noi:

**informa@unicospa.it | +39 02 93793500**

Dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Oppure visita [www.ep25.info](http://www.ep25.info)



6



# ASSISTENZA DOMICILIARE

## La farmacia a casa dei pazienti

L'invecchiamento della popolazione, il supporto ai pazienti cronici e le nuove abitudini dei consumatori legate ai trend digitali richiedono livelli progressivamente più elevati di assistenza domiciliare. Le farmacie hanno l'opportunità di collaborare con partner tecnologici come Pharmap in grado di offrire ai pazienti servizi personalizzati che includono ad esempio la consegna a domicilio dei prodotti farmaceutici, il refill degli stessi per garantire l'aderenza al piano terapeutico, il monitoraggio e la gestione delle terapie farmacologiche, ma anche la possibilità di prenotare i servizi e gli esami offerti dalla farmacia.

## I primi 3 step

- Individuare il pacchetto di servizi domiciliari da offrire ai propri clienti, tra cui la consegna a domicilio dei prodotti
- Identificare partner con cui collaborare
- Fornire assistenza medica, farmacologica e sanitaria personalizzata a domicilio

## IL TUO COLLEGA DI FIDUCIA



Con Pharmap posso raggiungere i miei clienti fino a casa e soddisfare le loro esigenze di salute con le stesse garanzie e la stessa professionalità che uso al banco!”

– Sara Zucca, Farmacia Zucca sas, Segrate



## IL TUO PARTNER DI FIDUCIA



La crescita esponenziale dell'home delivery è sicuramente riconducibile all'impatto del Covid sulle nostre abitudini, ma di fatto ha accelerato una richiesta già crescente da parte degli utenti, che esprimevano da tempo il bisogno di connettersi alla propria farmacia di fiducia anche grazie ai canali online. L'obiettivo che ci siamo posti è fornire il nostro massimo supporto ai cittadini e alle loro famiglie, ma anche alle Farmacie che potranno così rispondere tempestivamente ai bisogni della cittadinanza a conferma del proprio ruolo di presidio del Servizio Sanitario Nazionale."

– Giuseppe Mineo, CEO & Founder Pharmap



**Pharmap**, il prodotto proprietario di 4K srl, nasce nel 2016 dall'idea di creare una soluzione per permettere a chiunque, soprattutto alle categorie più fragili, di ricevere a domicilio in pochi minuti qualsiasi prodotto della farmacia, inclusi i farmaci con obbligo di prescrizione. In poco più di 4 anni Pharmap si è consacrato come il servizio leader nel mercato italiano della consegna a domicilio dei farmaci. L'emergenza sanitaria dell'ultimo anno ha generato un'impennata di richieste di consegna a domicilio proveniente da tutti i canali: app, web e Farmacia. Dall'inizio dell'emergenza sanitaria, Pharmap sta dando la possibilità ai farmacisti di tutta Italia di raggiungere i propri clienti direttamente a casa loro, consolidando così il rapporto di fiducia.



Contattaci e fissa un appuntamento con noi:

[contactus@pharmap.it](mailto:contactus@pharmap.it)

+39 392 257 2952 | +39 329 478 1900

Dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Oppure visita [www.ep25.info](http://www.ep25.info)





# CATEGORY MANAGEMENT

## Funzionalità e qualità dell'esposizione dei prodotti

Sperimentare nuovi modelli di category management e rivedere la gamma di prodotti correlati alla salute, al benessere e alle varie categorie di specializzazione per migliorare il posizionamento della farmacia e per una maggiore fidelizzazione della clientela.

### I primi 3 step

- Utilizzare dati per esaminare e sostituire i prodotti in modo dinamico
- Sperimentare nuovi modelli di category
- Collaborare con consulenti, quali ad es. visual merchandiser

## IL TUO COLLEGA DI FIDUCIA



La consulenza con XT Retail mi ha aggiornato relativamente alla necessità di ristrutturare la mia farmacia dedicando maggiori risorse all'immagine e alla comunicazione verso il consumatore finale. Il mercato ormai si è evoluto andando verso dinamiche tipicamente del retail puro delle quali XT è una società competente in materia.”

– Mario Ferraresi, Farmacia Croce Bianca, Bologna



## IL TUO PARTNER DI FIDUCIA



**Una strategia di category, visual merchandising e windows display sono alla base del successo di una farmacia moderna.”**

– Paolo Zanardi, socio unico XT srl

L'immagine e l'esposizione dei prodotti in vetrina e all'interno della farmacia hanno un ruolo sempre più strategico. Lo stesso dicasi per la comunicazione visiva, la così detta Category Strategy. Alcune grandi catene del settore ed alcuni imprenditori nel pharma hanno già intuito da alcuni anni l'importanza di avere una farmacia leggibile, che comunica dalla strada ed all'interno del punto vendita avvalendosi di un giusto mix tra quantità e qualità espositiva. È diventato fondamentale per una farmacia avere un piano di in store marketing annuale per le vetrine ed i vari reparti che vadano incontro alle esigenze stagionali ed evolutive dei propri clienti.



**XT Retail**

Contattaci e fissa un appuntamento con noi:  
[xt.office@xtretail.com](mailto:xt.office@xtretail.com) | +39 051 649 3542

Dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Oppure visita [www.ep25.info](http://www.ep25.info)



8



# AUTOMAZIONE

## L'automazione a vantaggio di tempo, professionalità ed efficienza

I sistemi di automazione, data la sempre crescente presenza di stock con profondità ed estensione di gamma rivolti a soddisfare una clientela variegata e informata, consentono di mantenere un controllo accuratissimo del proprio magazzino, in volume e valore, con certezza di inventario e tracciamento di ogni accesso anche fisico. L'automazione potenzia e valorizza al contempo la professionalità del farmacista, anche in termini di attenzione e disponibilità verso il cliente, riducendo drasticamente le attività manuali a basso valore aggiunto.

### I primi 3 step

- Identificare le aree e i processi da ottimizzare
- Pianificare la riallocazione delle risorse per una maggiore attenzione verso i servizi ai pazienti
- Razionalizzare il magazzino automatizzando lo stoccaggio dei prodotti

## IL TUO COLLEGA DI FIDUCIA

“L'adozione delle tecnologie assicura un vantaggio competitivo e migliora la redditività della farmacia. Automatizzare le attività del retro rende la gestione quotidiana semplice ed accurata, mentre i collaboratori dedicano tutta l'attenzione alla cura del paziente. Il titolare trova tempo per dedicarsi al miglioramento della sua azienda.”

– Giuliana Magistrali, Farmacia San Martino, Bareggio



## IL TUO PARTNER DI FIDUCIA



Le soluzioni robotiche sono un trend inarrestabile, il cui dimostrato beneficio diventa un elemento indispensabile per una gestione efficiente del punto vendita. Becton Dickinson Rowa mette a disposizione della farmacia il know-how ed un team dedicato per portare innovazione ed ottimizzazione di processi, con soluzioni concrete ed altamente affidabili.”

– Luca Guglielmi, Direttore Commerciale in Becton Dickinson Rowa Italy Srl

**Becton Dickinson Rowa** sviluppa e produce soluzioni di automazione del magazzino e dei processi e della farmacia. Design e qualità delle nostre soluzioni rispondono in modo soddisfacente alle esigenze di risparmiare tempo, ridurre gli errori e ottimizzare la gestione della farmacia, rendendo il lavoro degli operatori sanitari professionalmente più qualificante, sicuro e orientato alla soddisfazione del cliente. L'automazione supporta la farmacia, intesa come azienda, nei processi a basso valore aggiunto, per liberare risorse umane, materiali e fisiche, a vantaggio di progetti a maggior valore, come la consulenza e la gestione dell'area vendita. Il design delle nostre soluzioni, robotiche e digitali, è configurabile individualmente sulle esigenze del cliente, dalla piccola alla grande realtà. Configurare correttamente l'automazione per la propria farmacia è la chiave di successo per migliorarne efficienza/efficacia, e, di conseguenza, i margini. Becton Dickinson Rowa supporta questo importante processo decisionale, con un dipartimento di progettazione e consulenza che accompagna la farmacia dal progetto preliminare alla messa in funzione dell'impianto.



Contattaci e fissa un appuntamento con noi:

[rowa.italy@bd.com](mailto:rowa.italy@bd.com) | +39 02 99990120

Dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Oppure visita [www.ep25.info](http://www.ep25.info)



9



# CREAZIONE E DIFFUSIONE DEL BRAND

## La riconoscibilità dell'identità della farmacia

La creazione di un brand ad alto impatto emotivo, capace di comunicare i vantaggi offerti dalla farmacia e di trasmettere la sua visione costituisce un'importante leva competitiva. L'identità del punto vendita si rispecchia nei suoi prodotti a marchio e nella sua strategia comunicativa con un approccio comunicativo omnicanale tra il fisico e il digitale.

### I primi 3 step

- Analizzare i dati di vendita e i comportamenti di acquisto dei consumatori
- Scegliere un ponderato mix assortimentale di prodotti a marchio a garanzia di qualità per il cliente
- Formare il personale sui prodotti a marchio

## IL TUO COLLEGA DI FIDUCIA



In un mondo di forte concorrenza, contraddistinto dalle spinte dell'eCommerce e dal moltiplicarsi di offerte fuori canale, per noi è fondamentale creare un legame di fiducia con i nostri clienti: competenze, innovazione e reputazione sono i pilastri su cui poggia il dialogo con i clienti. Per questo il progetto di branding della Farmacia Internazionale di Cortina va oltre la scelta di trattare un prodotto a marchio, ma coglie a 360° tutte le leve della comunicazione digitale e in store coordinata per diffondere i nostri valori distintivi in modo coerente e credibile.”

– Luigi Corvi, AD Farmacia Internazionale, Cortina



## IL TUO PARTNER DI FIDUCIA



La farmacia deve puntare sulla credibilità che è in grado di raccogliere presso i clienti che a lei si rivolgono in cerca di un aiuto e di un orientamento nella vastità di offerte a disposizione. Alle competenze scientifiche si devono dunque aggiungere quelle manageriali e relazionali del farmacista che deve mettere in campo leve di brand communication per trasformare la farmacia in un brand garanzia di qualità e offrire una esperienza altamente fidelizzante.”

– Valery Masciangelo, Retail & Pharmacy Innovation Manager di Unifarco Spa

Da sempre **Unifarco** valorizza il ruolo e l'autorevolezza del Farmacista quale consulente per la salute ed il benessere della propria comunità attraverso la formulazione di prodotti a marchio che sono presentati ai clienti non come una semplice private label ma sono espressione dell'identità, dei valori e della filosofia formulativa che il farmacista condivide con l'azienda. Il primo passo di creazione del brand della farmacia nasce dunque con lo sviluppo grafico iper-personalizzato dell'etichetta prodotto e si fortifica attraverso un mix di strumenti di comunicazione digitale e in store che l'azienda sviluppa con una forte declinazione iper personalizzata sugli stilemi e i grafismi della brand image della farmacia.



**UNIFARCO**

Contattaci e fissa un appuntamento con noi:

[info@unifarco.it](mailto:info@unifarco.it) | +39 0437 806192

Dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Oppure visita [www.ep25.info](http://www.ep25.info)



# YOUR PROGRESS, YOUR CHOICE

Una rete di aziende partner è pronta a guidare le farmacie attraverso nove percorsi rilevanti per il settore, per arrivare competitivi al 2025.

Una **rete di esperti** che lavora in sinergia per assicurare al farmacista visione, strategia, azioni concrete, suggerendo ai farmacisti e in ciascun ambito le diverse iniziative da intraprendere.

Le 10 aziende partner coinvolte nell'EP+2025 hanno l'obiettivo di guidare le farmacie verso un **modello di business omnicanale e sostenibile**, orientato all'offerta di prodotti e servizi aggiuntivi, all'efficienza aziendale, potenziata dalle funzionalità digitali.





# LA NOSTRA OFFERTA PER TE

La nostra rete di specialisti offre un supporto reale con consulenze individuali e al passo con i tempi, e soluzioni di lavoro concrete e innovative.

Il futuro porta sempre grandi cambiamenti e opportunità. Ogni farmacia affronta la propria sfida individuale, ma nessuno dovrebbe percorrere il cammino verso il futuro da solo. **Costruiamolo insieme!**



Becton Dickinson Rowa Italy Srl  
Via Enrico Cialdini, 16  
20161 Milano (MI)  
**t: +39 02 99990120**

