



Una rete ancor più fitta

Presentati a Roma l'insegna e il marchio nazionale di Federfarma.Co. Si chiama Professione Farmacia-ProFar, il nuovo strumento per rinsaldare il legame tra le cooperative associate

DI MARIO COVIELLO, FARMACISTA

Un progetto della Fondazione Cannavò

In occasione della presentazione di Professione Farmacia-ProFar il presidente della Fondazione Cannavò, Giacomo Leopardi, ha illustrato un progetto finalizzato a evitare il cattivo uso o l'abuso di alcuni farmaci somministrati ai bambini. «L'idea di ben evidenziare con un logo, un segno o altro, tutti i farmaci destinati ai bambini nasce da precise direttive europee», ha spiegato Leopardi, «perché sempre più si rilevano intossicazioni da farmaco proprio a loro carico. Un altro fattore, non marginale, da prendere in considerazione, è la composizione della nostra società, sempre più multietnica, nella quale il linguaggio, a volte, si tramuta in semplici gesti». Federfarma.Co ha immediatamente accolto il progetto e apporrà la specifica simbologia sui farmaci a marchio del farmacista, non appena approvata dall'Aifa.

Nei saloni del Museo Storico del Nobile Collegio de' Speciali-Universitas Aromatariorum Urbis, sono stati presentati ai presidenti di tutte le cooperative e società di distribuzione del farmaco l'insegna e il marchio nazionale di Federfarma.Co.

«La scelta di questo luogo», ha dichiarato Guido Nocerino, presidente della Federazione, in apertura dei lavori, «non è casuale: questa sala racchiude la storia della farmacia e da questo posto parte oggi un'iniziativa che sarà sicuramente storica per il mondo della farmacia italiana». Professione Farmacia-ProFar: ecco l'insegna e il marchio che uniscono tut-

te le farmacie aderenti alle cooperative per dare maggiore visibilità alle varie reti già esistenti in tutta Italia. «Da più parti si sentiva la necessità», ha proseguito Nocerino, «di trovare il giusto collante che potesse unificare, in un ideale grande gruppo o meglio ancora una rete, tutte le cooperative d'Italia con obiettivi comuni, senza però perdere le proprie individualità».

Il progetto del marchio Professione Farmacia-ProFar è nato tenendo presente le esigenze delle cooperative di farmacisti esistenti sul territorio ma soprattutto analizzando le richieste dei consumatori. Per questo è stato commissionato uno studio-indagine su un nutrito numero di consumatori, eseguito da Astra Ricerche, istituto presieduto dal sociologo Enrico Finzi, per valutare quali erano le loro aspettative nei riguardi delle farmacie e dei titolari. L'indagine ha rilevato che la gente riscontra nel proprio farmacista di fiducia una professionalità, una giusta esperienza e una propria indipendenza. Rifugge, quindi, all'idea di catene gestite da un solo gruppo, riconoscendo nel farmacista libero imprenditore il giusto interlocutore della propria salute. Da lui "pre-

tende" professionalità, indipendenza ed esperienza. La chiave per essere vicino al consumatore è proprio il prodotto a marchio del farmacista, ove la scelta operata a monte è sinonimo di qualità e professionalità.

«Il prodotto a marchio», ha ribadito Nocerino, «è quello che dà maggiore visibilità ed è l'emblema del successo. Alcuni prodotti a marchio, tra l'altro, sono già radicati nelle abitudini dei consumatori, come il pannolino Sempre Asciutto, che risulta essere il secondo presidio più venduto in farmacia. I prodotti avranno un packaging totalmente rinnovato caratterizzato da un leit-motiv comune che li identifica come il prodotto del farmacista. La composizione, le avvertenze e le indicazioni avranno caratteri chiari e ben leggibili».

Una volta presentata l'idea e condivisa con i responsabili presenti all'evento si passerà a organizzare incontri itineranti con gruppi di cooperative. Saranno invitati i rispettivi soci e a loro verranno spiegati i motivi per essere pionieri di una scelta di sicuro successo. Un successo che significa coesione e partecipazione alle scelte operate dalle cooperative. E anche fedeltà. Ma questa è un'altra storia.