



ROWA

Viale Shakespeare, 57 - 00144 Roma (RM) - tel. 06 54211027; fax 06 45230219
www.rowa-italia.it, info@rowa-italia.it

La crisi economica ha diffuso un elevato senso di pessimismo, che sta caratterizzando anche il dibattito estivo. Non mancano le eccezioni, però. **Rowa** anziché farsi influenzare da quest'ondata, continua a lavorare con grandi energie e fiducia nel futuro. Perché, essendo tra le aziende leader di mercato, sa che essere più attivi proprio in questo periodo, vuol dire trovarsi in pole position alla ripartenza dell'economia.

Questo atteggiamento è ripagato dal successo di rowa MP, un sistema adattabile a ogni tipo di farmacia, riconosciuto da un numero sempre crescente di farmacisti. Infatti rowa MP-MultiPicking rappresenta la giusta soluzione per grandi stoccaggi e alta velocità di lavoro, grazie alla sua erogazione ad alte prestazioni.

Una capacità che accoglie ogni tipologia di prodotto e struttura, grazie alla presa multipla e alla possibilità di aggiungere un secondo gruppo di presa. Inoltre, i profondi ripiani di rowa MP rispondono al bisogno di stoccaggio sia in profondità sia in ampiezza. E anche quattro confezioni tonde in una fila non sono un problema. Così come non ci sono problemi se i prodotti sono sistemati in fila per referenza o se sono mischiati. Il controllo intelligente d'immissione dati e la tecnologia del gruppo di presa Rowa assicurano l'accesso diretto e contemporaneo a una o più confezioni.

Il risultato? Operazioni di carico e scarico contemporanee o parallele in pochissimi secondi, questo è il vantaggio di rowa MP-MultiPicking.

SARTORETTO VERNA

Via Vallombrosa, 38 - 00135 Roma (RM) - tel. 06 33111091, 06 33652038; fax 06 3351147
Via Bogino, 13 - 10123 Torino (TO) - tel. 011 8120087; 011 8397067
www.sartorettoverna.com, info@sartorettoverna.com

Un'idea forte. È questo il senso del lavoro per **Sartoretto Verna**, che ricerca attraverso sistemi modulari (le linee RaI®) di identificare in modo immediato i settori merceologici, i servizi e i prodotti. La farmacia stessa diventa riconoscibile agli occhi del consumatore, che apprezza la pulizia delle linee, l'eleganza dei materiali, la luminosità calda e accogliente dell'ambiente. In pratica, l'atmosfera è unica e diventa il logo del farmacista che sceglie Sartoretto Verna e del consumatore che si identifica in quel tipo di farmacia. Non più solo un punto di vendita ma un punto di contatto, anche fisico, che coinvolge tutti i sensi.

La capacità del farmacista deve essere quella di porsi al centro del suo mercato in modo manageriale, come protagonista di un sistema di servizi e specializzazioni reso riconoscibile da un'identità propria e ben definita, assolutamente distinguibile dalla concorrenza. La sensibilità di chi dovrà curarne l'immagine non sarà proporre solo effetti speciali finì a se stessi, ma interpretare e valorizzare l'esperienza, la cultura, l'imprenditorialità del suo committente in un delicato equilibrio che tenga conto anche del contesto dell'ubicazione e del tipo d'immobile.



Una sfera ampia pluriculturale. Non a caso nello staff tecnico, progettuale e commerciale della Sartoretto Verna operano solo ingegneri e architetti.