

P2 PASSARELLA

Via Mascagni 85, 20033 Desio (MI) - tel. 0362 301956; fax 0362 301706
info@p2passarella.it; www.p2passarella.it

Ancora una volta da **Passarella** di Desio la notizia di una realizzazione interessante in Francia, dove l'azienda è molto apprezzata per la qualità dei prodotti. Si tratta della Pharmacie di Mr. Poncelet di Liesse Notre Dame, grazioso paese della Piccardia, nel Nord Est della Francia, regione famosa tra l'altro per le belle chiese fortificate. La farmacia, in linea con le collaudate e più evolute tecnologie d'Oltralpe, si distingue per l'utilizzo quasi esasperato delle immagini, dei fondali retroilluminati e della segnaletica, con la quale si è creato un ambiente luminoso, cromaticamente gradevole e, soprattutto, capace di guidare i percorsi e le scelte dei clienti. L'utilizzo di banchi singoli ben separati, scelta universale dei farmacisti francesi, si



accompagna all'inserimento di gondole espositive capaci di proporre i prodotti nei punti più caldi e di incanalare i percorsi. La capacità dell'azienda italiana di interpretare perfettamente le esigenze di un mercato, considerato per molti aspetti all'avanguardia, è garanzia di adattamento e di personalizzazione, grazie a una progettazione che parte da un'attenta analisi a 360 gradi di tutti gli aspetti utili a ottimizzare il punto vendita.

Anche per questo, l'azienda propone oggi in Italia un sistema di stoccaggio dei farmaci automatizzato e robotizzato, che configura una nuova farmacia e che mai come oggi è conveniente prendere in considerazione per approfittare delle agevolazioni fiscali della "Tremonti ter."

TH.KOHL

Viale dell'Industria, 37 - 37030 Badia Calavena (VR) - tel. 045 6511811; fax 045 6511815
 Numero verde 800 441111 - www.thkohl.it; info@thkohl.it

Nuovo appuntamento con XF - Extra Flexible, la linea di arredamento dalla forte personalità e dal design essenziale che Alberto Meda ha disegnato per **Th.Kohl**. A Roma, in occasione di Cosmofarma 2010, i farmacisti potranno scoprire la più ampia espressione di XF e valutare la sua straordinaria flessibilità all'interno dello spazio commerciale di una farmacia.

A distanza di un anno dalla presentazione ufficiale (Bologna, Cosmofarma 2009), quello che sembrava un linguaggio talmente innovativo da far chiedere ad alcuni se designer e azienda non si fossero spinti un po' troppo avanti, è diventato oggi il punto di partenza e di confronto insostituibile per tutti i farmacisti che si trovano ad affrontare un problema di rinnovo.

A conferma del fatto che il mercato è molto più attento e ricettivo di fronte alle nuove sollecitazioni di quanto, spesso, gli venga riconosciuto. Purché dietro le sollecitazioni si possa intravedere, come avviene in questo caso, un progetto professionale di ampio e rassicurante respiro.

