

MEC@MAT

Via Sempione, 11/a - 20052 Monza (MB) - tel. 039 23593.1; fax 039 2328128
 info@mec-mat.it

Molte farmacie hanno ritenuto di importanza strategica inserire il sistema automatico **Mec@Mat** per la distribuzione del farmaco etico. La motivazione principale che spinge ad automatizzare la farmacia è legata al significativo guadagno di spazio a favore della zona vendita.

Con l'inserimento dell'automazione Mec@Mat, Bottigelli ha realizzato un progetto rivoluzionario, garantendo al farmacista la realizzazione di una maggiore superficie lineare di esposizione, oltre a un confortevole retro banco molto meglio organizzato.

Lo staff tecnico di Mec@Mat ha eseguito un'attenta analisi dei prodotti venduti nell'arco degli anni per dimensionare l'automazione. Successivamente è stato affrontato il problema dello spazio con un rilievo dei locali da arredare e di dove sia più opportuno collocare l'automatismo e, infine, è stato realizzato il progetto di ambientazione.

Estrema cura è stata prestata anche agli spazi relativi alle scorte, al deposito dei prodotti, allo spazio relativo allo smistamento, oltre a prendere in seria considerazione l'operatività di tutti i collaboratori.

L'estrema semplicità di utilizzo di Mec@Mat e la presenza



Farmacia Mattalia - Milano

dei tecnici durante i primi giorni di apertura della farmacia, fanno sì che non ci siano intoppi, né per il personale addetto né per la clientela.

STUDIO ALFONSO MALIGNO

Viale degli Angeli, 1 - 12100 Cuneo (CN) - tel. 0171 698348; fax 0171 66811
 www.alfonsomaligno.com; comunicazione@alfonsomaligno.com

In una società sempre più frammentata e complessa, dove i messaggi che arrivano ai consumatori si moltiplicano e producono una situazione caotica che rende estremamente difficile comunicare, la Pharmacie de Fontvieille di Monaco, opera dello **Studio Alfonso Maligno**, ha dimostrato, ormai da tempo, che la strada più efficace è quella della continuità e della costanza, attraverso l'elaborazione di una comunicazione semplice e chiara. Anche attraverso l'architettura degli spazi, proprio com'è stato fatto nel rinnovato punto vendita all'interno del Centre Commerciale de Fontvieille, dove sono state ricercate esposizioni chiare, concentrate e ad altezza viso per i prodotti rappresentativi e di riferimento della categoria. Per il progetto della Pharmacie de Fontvieille, lavorare sul lineare ha significato teatralizzare, giocare con immagini, colori e forme proprie del packaging di ciascun prodotto, provocare, coinvolgere ed emozionare il consumatore, anche ricorrendo alla comunicazione a differenti livelli e a espositori ad alto impatto visivo.

La migliore integrazione di strumenti capaci di comunicare con il consumatore si realizza con le *instore activation*: il cliente è coinvolto nel punto vendita con azioni di *shopping experience*, basate su giochi, degustazioni, promozioni e testing dei prodotti. In realtà, attraverso questi strumenti, la percezione del cliente non è unicamente dell'acquisto di un prodotto bensì di un'esperienza, che diviene, nella farmacia, il primo vero prodotto acquistato.

