

Istinto e tecnologia

di Alessandro Fornaro, giornalista e farmacista

**Intervista
a Stefania Tomasoni,
giovane titolare che ha saputo
portare una visione
moderna e autentica
alla propria farmacia.
Dalla radio in store, alle App
del territorio.
Un esempio di come innovare
guardando al presente**

Innovare la farmacia. Questa frase circola ormai da diversi anni ed è diventata una sorta di mantra, un'ispirazione del pensiero, un'ambizione professionale, una formula che racchiude in sé la salvaguardia della professione e l'aspirazione al cambiamento.

Quali sono, allora, le caratteristiche che contraddistinguono il collega innovatore da quello tradizionalmente conservatore?

Anzitutto, il coraggio. Il saper rischiare, il guardare lontano, laddove al termine lontano si voglia dare un'accezione non tanto temporale, quanto piuttosto di distanza dalla consuetudine. Chi innova vedrà subito il cambiamento, non lo dovrà aspettare. A pensarci bene, il concetto di innovare è antitetico a quello di investire, operazione che vedrà i propri esiti a distanza di tempo. Innovare è rompere gli schemi, da subito, in maniera repentina, introducendo nuovi moti alla professione che hanno un impatto immediato, ben visibile anche agli occhi del pubblico. Innovare vuol dire destabilizzare, rompere con il passato, giusto o sbagliato che esso lo si voglia intendere.

Salò è forse la cittadina italiana che più di altre richiama i bei tempi lontani, di quella élite intellettuale italiana dei primi del novecento. Vi si respira un sapore aristocratico, di un'aristocrazia ottocentesca, asburgica, elegante. Ben diversa da quella che si allontanava dalle salmastre acque lagunari per recarsi in quelle che la Serenissima Repubblica di Venezia chiamò "Magnifica Patria". Cultura eleganza e innovazione albergano, da sempre, a Salò. La nascita della società Filarmonica nei primi anni dell'800 e poi, più di un secolo dopo, il luogo di D'annunzio, innovatore nei costumi e nel pensiero e al tempo stesso legato ad un passato da bella époque che non sarebbe mai più tornato.

Arrivando a Salò si respira il clima di altre latitudini, ben più mediterranee. Si scorgono già le dolomiti, passando accanto a giardini di limoni ed ulivi che si alternano agli alti pioppi che delimitano la gardesana occidentale. Tra le curve della statale, la vista magnifica del Lago di Garda è imponente quanto quella delle costruzioni imperiali.

La Storica Farmacia del Benaco della dottoressa Stefania Tomasoni non è collocata in una di queste sontuose costruzioni, anzi. Una palazzina semplice, pochi posti auto davanti. Entrando, gli spazi sono piuttosto ristretti. Al pari di una qualsiasi farmacia di medie dimensioni, ci si fa largo tra l'esposizione prima di giungere al banco. Tuttavia, qualcosa stona con la tradizione, e porta il visitatore in una dimensione nuova per la farmacia. "A parte l'idea della musica in farmacia, che è stata geniale, quando ci sono persone in fila, sapere che ascoltano informazioni sulla salute o sulle varie iniziative della farmacia crea una situazione diversa, più distesa e rilassata". Stefania è titolare da poco tempo.



PROFESSIONE FARMACIA



Uno scorcio della farmacia
Di Stefania Tomasoni a Salò

Compirà trent'anni quest'anno: la metà rispetto agli anni di Utifar, ma la stessa voglia di innovare. Dopo una breve esperienza in alcune farmacie della sua zona, la bassa bergamasca, e poi a Milano, Stefania ha colto al volo questa nuova opportunità che le si è presentata.

“Noi organizziamo diversi tipi di serate per il pubblico. Per esempio, collaboriamo con un'azienda di prodotti omeopatici che ci mette a disposizione un medico omeopata che tiene corsi interessantissimi per il nostro pubblico. Io, personalmente, non sono specializzata nel settore omeopatico, ma un mio collega sta facendo una scuola di due anni e sarà presto in grado di supportare i clienti con i migliori consigli. Le serate, visto che non abbiamo lo spazio per tenerle in farmacia, le organizziamo presso un istituto bancario qui vicino. Il bello della radio in farmacia, è che possiamo comunicare queste iniziative al pubblico. Devo ringraziare Radiowellness per questo servizio, che ci sta dando molte soddisfazioni: tramite la nostra radio e il palinsesto preparato in base alle nostre specifiche esigenze, comunichiamo iniziative di ogni genere”.

“Qui in zona ci sono spesso manifestazioni sportive. Un mio collega pratica running in una squadra e noi, in collaborazione con la Enervit, allestiamo dei gazebo e distribuiamo ai partecipanti sali minerali e consigli. Una sera abbiamo organizzato un incontro sull'alimentazione per gli sportivi con l'ader Fabbri, un nutrizionista e preparatore atletico che segue il ciclismo. L'incontro è stato realizzato grazie alla collaborazione con un ristorante di Salò che ha preparato un buffet tutto a base di alimenti Enerzona e ci ha messo a disposizione il suo spazio, molto bello, che si affaccia sul lago. Purtroppo quella sera ha piovuto, però...”.

Una collaborazione con altre realtà commerciali per offrire servizi e per trarne, tutti, un grande tornaconto promozionale e di immagine. “Ciascuno si accolla i propri costi: noi facciamo la comunicazione al pubblico, sia tramite la radio in store, sia con flyer e locandine che prepara un mio amico grafico; poi abbiamo rifornito il ristorante con i prodotti Enerzona e il ristorante ha messo a disposizione location e cuochi. Enervit, come detto, ha messo a disposizione il relatore”.

Innovazione o investimento? Di certo, quella adottata da Stefania Tomasoni è una visione moderna della farmacia: uno tra i tanti modi per iniziare a sfruttare il potenziale ancora inespresso del nostro settore. Il tutto tramite un lavoro di rete, ovvero una collaborazione costruttiva dove ciascuno mette a disposizione ciò che sa fare per ottenere un risultato di immagine più ampio di quello che potrebbe costruirsi da solo.

Fare rete, quindi. Sia con le aziende che collaborano con la farmacia, sia con realtà esterne come ristoranti, enti e via dicendo.

In Farmacia e solo in Farmacia



5

Veri Spezzafame DI SOLI INGREDIENTI NATURALI

Le barrette Rilevo contengono come primi ingredienti **semi oleaginosi** e **frutta secca in guscio**, con presenza minima di zuccheri semplici, come il miele italiano utilizzato come unico addensante. I **semi di lino** hanno il primato della presenza di fibra e di Omega-3, i **semi di girasole** hanno il primato della vitamina E e dei fitosteroli, i **semi di sesamo** hanno il primato del calcio mentre i **semi di zucca** si distinguono per la ricchezza di zinco, ferro e arginina.

Gli spezzafame RILEVO non contengono additivi, conservanti, grassi idrogenati, dolcificanti di sintesi e coloranti.

Per informazioni e per conoscere i distributori regionali:

RILEVO SRL - EDUCAZIONE ALIMENTARE

Via Nova, 3 - 29121 Piacenza - Tel. 0523 695315 - Fax. 0523 1880450 - segreteria@rilevo.com - www.rilevo.com



“Stiamo parlando con un pasticciere, qui della zona, per organizzare tre serate a tema: una a basso indice glicemico, una senza lattosio e una senza glutine. Lui darà dimostrazione in un laboratorio di pasticceria e fornirà ricette al pubblico. Ho poi preso contatto con un nutrizionista di Cremona. E' un ragazzo giovane, molto in gamba, che ho trovato su Facebook: parlerà del valore nutrizionale delle ricette proposte e delle relative tematiche inerenti la salute. In questo caso, pensavamo di proporre la serata a pagamento, per coprire i costi vivi dell'iniziativa”.

“Le idee sono mie, ma mi aiuta tutto il mio staff. La metà dei collaboratori già li conoscevo e li ho portati qui con me.

C'è un rapporto anche di amicizia e condividiamo le idee e i progetti: siamo tutti molto determinati. Un collega che lavorava con me in una farmacia di Milano occupandosi del magazzino mi ha seguito. Lui ha famiglia a Milano, e fa avanti e indietro tutti i giorni. Lo so, sembra tanto: ma organizzandosi con i turni, alla fine, sta più con la famiglia ora di quanto potesse fare quando lavorava a Milano”.

Orario continuato, farmacia nuova. Facebook, all'inizio non è stato molto seguito. Ora la farmacia lo utilizza per promuovere le iniziative e i servizi. Ma la tecnologia e l'innovazione mettono a disposizione ben altri strumenti, che fanno apparire addirittura vecchio il social più utilizzato in Italia. “Mobile Pro è una società che si occupa di realizzare newsletter tramite telefono.

Noi creiamo delle landing page per gli eventi. Quando organizziamo un evento, arriva un messaggio ai nostri clienti che vedranno quindi il testo del messaggio e potranno collegarsi alla landing page per iscriversi o ricevere altre informazioni”.

Il town è invece un'applicazione creata da alcuni ragazzi di Desenzano. Qui si possono pubblicizzare eventi, prodotti e servizi. E' molto utilizzata dai turisti, che nelle nostre zone sono davvero tanti. Quando arrivano sul lago, vedono cartelli che invitano a scaricare l'App. E il gioco è fatto: noi possiamo inserire informazioni ed essere visibili.

Una radio personalizzata che alterna, a piacimento della farmacia, musica a messaggi registrati da speaker professionisti, una piattaforma per creare newsletter che arrivano direttamente sul telefonino dei

clienti, una App per i turisti e per gli abitanti del Lago di Garda. In effetti, Facebook diventa marginale se confrontato con tutti questi nuovi mezzi di comunicazione utilizzati in maniera mirata e intelligente.

“Non è che la farmacia debba essere, per forza, vista come una cosa tetra, soprattutto oggi che propone servizi e prodotti molto diversi tra loro. Se una persona è rilassata e sta bene dove si trova, ha meno voglia di scappare via ed è più predisposta a cogliere gli stimoli che l'ambiente le offre. Io, personalmente, quando entro in un negozio, se non sento la musica e non incontro dei sorrisi mi trovo a disagio. Ho impostato la mia farmacia con gli occhi del cliente, chiedendomi cosa vorrei trovare e come vorrei che la farmacia comunicasse con me. Non vedo la farmacia come un luogo austero, anzi. Voglio creare all'interno una situazione piacevole, che invogli il cliente a rimanere con noi, senza la fretta di andarsene”.

Per sapere se il pubblico gradisce la nuova impostazione della Storica Farmacia del Benaco, Stefania ha messo un tablet a disposizione del pubblico per lasciare commenti e suggerimenti. Del resto, l'impostazione rispetto ai precedenti proprietari è totalmente differente. Prima, niente radio né Facebook e perfino i cesti con le offerte venivano visti come qualcosa di poco professionale. E' presto per vedere i risultati dell'indagine. Stefania li attende con trepidazione, consapevole che un cambiamento così veloce e repentino potrebbe aver destabilizzato qualche cliente. Tuttavia, le scelte vanno fatte, e in fretta. Molte le iniziative che arriveranno nei prossimi mesi. Il video, anzitutto.

Dove si vedrà come lavora il sistema automatizzato che porta i farmaci direttamente dal magazzino sotterraneo al banco. Poi, gli schermi interattivi, con un'esposizione virtuale che alternerà quella tradizionale. Il layout potrà cambiare, offrire informazioni al pubblico e il cliente potrà ordinare direttamente dal monitor dando l'impulso elettronico al robot per portare il prodotto al banco.

Un'ultima annotazione: Stefania parla sempre al plurale. Di solito, i titolari parlano in prima persona delle loro iniziative. “Io mi sento in una grande famiglia, non so perché parlo al plurale, non ci avevo mai fatto caso prima che me lo dicessi tu.

Mi viene, semplicemente, spontaneo”.