



Torna PharmEvolution e lancia “Uno spot in farmacia”

In attesa della sesta edizione di PharmEvolution, la convention-evento della farmaceutica che si terrà il 7, 8 e 9 ottobre nel Centro Etnafiore di Belpasso (Catania), è stato istituito il contest “Uno spot in farmacia”, che vede sfidarsi farmacisti di tutta Italia nella descrizione, attraverso un video-spot, del loro modello ideale o reale di farmacia. Come ricorda il vicepresidente di Federfarma Nazionale e presidente di Federfarma Catania Gioacchino Nicolosi, "quest'anno abbiamo deciso di mantenere la formula del contest, tanto apprezzata sui social network, ma abbiamo variato il tema e semplificato il regolamento". Infatti, non inciderà più il parere della giuria, ma sarà il web a decretare il vincitore del contest. Anche il tema è cambiato. Attraverso i video dei partecipanti saranno raccolte le storie, le esperienze vissute in farmacie, le impressioni di titolari, collaboratori e clienti.

E' la farmacia che si racconta in questo contest, provando ad immaginare il modello ideale del futuro. Partecipare al contest PharmEvolution “Uno spot in farmacia” è semplicissimo. Basta iscriversi sul sito www.pharmevolutioncontest.it, realizzare un video con telecamera, tablet o smartphone, della durata massima di 2 minuti, e inviarlo entro il 31 agosto tramite whatsapp al numero indicato nel regolamento o consegnarlo tramite pen drive alla segreteria organizzativa. I primi tre classificati, quali risulteranno dal numero di preferenze ricevute on line, vinceranno una vacanza-soggiorno per due persone e la pubblicazione del video su siti di settore (regolamento completo su www.pharmevolutioncontest.it). La cerimonia di premiazione si terrà il 9 ottobre, nella giornata conclusiva di PharmEvolution.



Intimo Softcare®

Detergente intimo speciale

DETERGENTE DELICATO PARTICOLARMENTE
INDICATO IN CASO DI EMORROIDI
BALANITI, BALANOPOSTITI, VULVOVAGINITI



A908531104



L'Intimo Softcare è un detergente intimo speciale, senza profumazione, assolutamente innovativo e primogenito di una nuova famiglia di detergenti «filmogeni» basati sui derivati del glucosio (caprylyl/capryl glucoside, hydroxyethylcellulose), in grado di svolgere una delicata azione lavante e protettiva su cute e mucose.

Vi è un solo tensioattivo, il caprylyl/capryl glucoside, assolutamente non aggressivo e impiegato alla minima dose lavante, caratterizzato da un equilibrato potere detergente anche in acque dure; la camomilla (chamomilla recutita water) svolge un'azione decongestionante e deodorante, l'elastina marina

(hydrolyzed elastin) è protettiva ed eutrofia. La cellulosa (hydroxyethylcellulose) è un derivato del glucosio che, dopo evaporazione dell'acqua, si deposita sulla pelle e sulle mucose, proteggendole con un sottile strato filmogeno.

Pertanto è indicato per la detersione della mucosa ano-genitale sia in soggetti che non tollerano i comuni detergenti intimi, sia per l'igiene intima dei neonati, lattanti, bambini, sia in particolari situazioni cliniche in cui può essere di supporto alle eventuali terapie specifiche (stati irritativi, balanopostiti, vulvovaginiti, emorroidi, ragadi anali, dermatiti da pannolino).

Laboratori Riuniti delle Farmacie s.r.l.

MONTORIO AL VOMANO (TE) - Italy www.bioapta.it

Miocane e Miogatto eletti prodotto dell'anno 2015 nella categoria "cibo cane e gatto negozi specializzati"

L'alimentazione diventa fonte di benessere grazie a MyNat- Pro, un mix di estratti vegetali non OGM con un'efficacia antiossidante e di protezione dai radicali liberi tre volte superiore alla vitamina E. Innovazione e gusto sono le caratteristiche declinate nell'ampia gamma di prodotti secchi, per cani e per gatti, che hanno portato una giuria composta da più di 12.000 consumatori ad eleggere Miocane e Miogatto Prodotto Dell'Anno 2015.



Ricerca di mercato GPMI© su una pre-selezione di prodotti innovativi presenti sul mercato italiano, condotta da IRI su 12.000 consumatori con più di 15 anni, svoltasi a gennaio 2015. www.prodottodellanno.it cat. cibo cane e gatto negozi specializzati La storia di Miocane è la storia di uno sguardo d'amore, ricco di passione, che dura da una vita. Lo "sguardo", quello di Enrico Morando, che ha saputo vedere oltre il presente e che lo ha portato ad essere pioniere italiano nel settore del pet-food. Un lungo cammino, con attenzione e dedizione in ogni idea e scelta, ha reso possibile la creazione di questo innovativo prodotto.

Recensione: "Perché le aziende non crescono?" di Giuseppe Salvato

Aziende e persone sono legate indissolubilmente: i loro destini intrecciati, storie di successi e di fallimenti, impongono un continuo dialogo, per molti versi meraviglioso perché fatto di idee, di nuove idee. Ma, in non poche occasioni, incomprensioni e divergenze di obiettivi rendono precaria la vita lavorativa, sia per chi la dirige che per chi vi collabora. Le organizzazioni che non crescono, pertanto, devono guardare innanzitutto alle risorse umane, poi ad altre cause; mai alla crisi e alla congiuntura, perché il ciclo economico è la migliore, è la più facile, è la più diffusa giustificazione alle proprie scarse performances, personali e aziendali. I quattro pilastri su cui poggia questo lavoro si sintetizzano nelle seguenti parole: armonia, cambiamento, motivazioni e responsabilità. Solo facendole proprie si affronta, a partire da noi stessi, la complessità ambientale; solo così liberiamo il potenziale creativo che è in ciascuno di noi.

Giuseppe Salvato: da controller a commercialista, da docente a consulente in risorse umane e organizzazione; girovaga tra le PMI, sfidandole a migliorarsi. Tra le sue pubblicazioni precedenti: *La leadership nelle moderne strutture organizzative* (2000), *Organizzare il controllo direzionale* (2005), *Dal porcellino alla cassaforte* (2010), *Farmacisti di successo* (2012).

