



MASTER UNIVERSITARIO DI II° LIVELLO PREPARAZIONI GALENICHE

- **Aspetti generali**
- **Norme di buona preparazione**
- **Strumentazione per laboratori galenici**
- **Preparazione Capsule, Compresse e Compresse spatolate**
- **Preparazioni liquide a somministrazione orale**
- **Preparazioni ad uso dermatologico**
- **Preparati sterili**
- **Preparati ad uso veterinario**
- **Materie prime di origine vegetale e preparazioni fitoterapiche**
- **Preparazioni omeopatiche**
- **Preparazioni personalizzate**

Direttore: Prof. Giovanni Filippo Palmieri
gianfilippo.palmieri@unicam.it
0737/402233 - 339/5892583

30 posti disponibili



ISCRIZIONI: https://didattica.unicam.it/Guide/PaginaCorso.do?corso_id=10422

PHYTO GARDA

LA CONCRETEZZA NATA DAI SOGNI

Intervista ad Alessandro Moglia,
Amministratore Unico di Phyto Garda srl Unip

a cura della **Redazione di Nuovo Collegamento**



Phyto Garda. Questo nome è fortemente evocativo del lago di Garda, territorio splendido immerso nel verde. Ci racconti la mission della sua azienda e da dove è nata l'idea di associare il nome al territorio.

Sono nato a Bardolino e in questo territorio risiede da sempre la mia famiglia; le mie radici e la mia vita sono legate al Lago di Garda. I miei natali hanno sicuramente influito sulla passione per la tradizione fitoterapica, che si è consolidata con gli studi in Farmacia a Padova ed il Master in Fitoterapia a Siena. La mia storia è indissolubilmente legata a questi territori. Ho fondato l'azienda nel 2003 e quest'anno festeggiamo il 16° anniversario. Tradizione e innovazione sono indubbiamente le colonne portanti dell'attività che Phyto Garda Medical Line sviluppa quotidianamente: uniamo alla tradizione delle erbe officinali il rigore scientifico e la tecnologia più attuale per realizzare medical devices, integratori alimentari e

cosmetici dermofunzionali efficaci e sicuri. In totale proponiamo più di 100 referenze che rispondono ai principali bisogni del target di riferimento del canale farmacia, dal benessere intestinale a quello cardiocircolatorio piuttosto che alle problematiche legate all'umore e alla mancanza di sonno. Abbiamo scelto come canale esclusivo di vendita farmacie e parafarmacie per fedeltà intellettuale con la categoria dei farmacisti, di cui io per primo faccio parte e a cui tengo a rimanere fedele. Nel 2016, a fronte della costante crescita aziendale, abbiamo inaugurato la nuova Sede di Rivoli Veronese, visibile dall'autostrada del Brennero. Proprio Rivoli Veronese vanta un'antica tradizione erboristica: fu il paese natale di Francesco Calzolari, farmacista e botanico vissuto dal 1522 al 1609. Calzolari fu un'illustre rappresentante della farmacopea rinascimentale e contribuì al riconoscimento e reperimento di molte erbe medicinali soprattutto del Monte Baldo.



AREA PROFESSIONALE GALENICA

Leader nella vendita di materie prime e attrezzature per il laboratorio galenico.

LA PRESENZA DI COLLEGGI FARMACISTI GARANTISCE UN'ASSISTENZA CONTINUA ED APPROFONDATA!

**CHIAMA SUBITO
IL CALL CENTER SPECIALISTICO**

Numero Verde
800 90 45 80
LUN / VEN 9-13:30 15-19:30

 **LA GALENICA**
IN FARMACIA


**GRUPPO
COMIFAR®**
a PHOENIX company

A livello di comunicazione, quali sono i suoi progetti per il prossimo futuro?

I sogni, con perseveranza e spirito di sacrificio, mi hanno portato fino a qui e continuo a puntare in alto.

I progetti per il futuro, oltre ai continui investimenti sulla ricerca, riguardano la comunicazione televisiva.

Abbiamo cominciato dal brand Sanagol, una linea completa a base di Erisimo, una pianta della tradizione erboristica considerata molto efficace nel curare tosse e raucedine. Proprio per questi motivi è diventata popolare tra cantanti, attori e in generale tra chi sforza molto la voce ed è soggetto a mal di gola e tosse ricorrenti. L'azione terapeutica del suo estratto è attribuita ai composti solfocianici della pianta. Nell'anno del suo 50° anniversario di carriera di Katia Ricciarelli, da diversi anni la testimonial del brand, abbiamo intrapreso la comunicazione televisiva puntando sulle pastiglie Sanagol Gola Voce per rafforzare l'immagine del marchio nei confronti del grande pubblico. Nello spot il soprano Katia Ricciarelli recita e viene simpaticamente rappresentata in versione cartoon. Siamo certi che questo investimento rappresenterà un valido supporto anche per i nostri clienti farmacisti che verranno agevolati nel sell out dei nostri prodotti. Sanagol sarà protagonista di tutta la prossima stagione invernale.

Il marchio Sanagol è tra i vostri prodotti best seller?

Per quanto riguarda il nostro core business, cioè il mercato degli integratori alimentari, sicuramente le pastiglie Sanagol GOLA VOCE sono tra le più vendute, ma accanto a queste in forte crescita c'è la linea Lumaxin, dedicata al trattamento della tosse. Proprio per questo abbiamo deciso di investire in uno spot pubblicitario, sostenuti anche dall'andamento generale del mercato che registra un trend in crescita sia per i prodotti per la tosse (+9,6%), che dei prodotti per la gola (+8%).

Per quanto riguarda invece le vendite dei cosmetici, che hanno un'incidenza a volume del 16,7% sul nostro fatturato, un prodotto che si è consolidato molto bene negli anni è Reumatoniil, un'alternativa ai classici antinfiammatori topici per contratture e dolori muscolari: si tratta di un gel a base di artiglio del diavolo e salicilato di metile che dona rapido sollievo alle tensioni localizzate.

Tra le novità segnaliamo invece Lederme crema lenitiva forte, l'ultimo prodotto nato dai nostri Laboratori di R&D. Formulata al 98,6% con ingredienti di origine naturale, associa prebiotici a supporto della microflora cutanea e due oli lenitivi e nutrienti come l'olio di Canapa, ricco di acidi grassi Omega-3 e l'olio d'oliva Garda DOP, una materia prima ottenuta direttamente dal nostro territorio gardesano.

Come vi sembra stia andando, in generale, il mercato dei cosmetici naturali?

Il cosmetico naturale rappresenta indubbiamente una fetta importante del mercato: la produzione di questa tipologia di prodotti registra una crescita di circa cinque punti percentuali raggiungendo i 1.100 milioni di euro. La tendenza del naturale oggi non interessa soltanto il cosmetico, ma anche i prodotti salutistici di altra natura come gli integratori alimentari, che hanno superato in termini di volume i prodotti di bellezza oltre che i beni di largo consumo.

I consumatori oggi, anche alla luce di uno stile di vita più stressante, sono fortemente impegnati nella gestione dei loro bisogni di salute e orientati alla prevenzione cercando soluzioni complementari per il mantenimento del benessere In & Out. In linea con questo orientamento salutistico è cresciuta l'attenzione verso i prodotti naturali a 360°. Phyto Garda rappresenta un punto di riferimento per il consumatore attento e orientato al benessere. Nel 2003, quando è nata l'azienda, potevamo soltanto immaginare che queste sarebbero state le attuali tendenze di mercato.