

# COSMETICO vs FARMACO: IL LIMITE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA IN FARMACIA

COSMOFARMA 2017 - Bologna, 5 maggio 2017

Sala Melodia Centro Servizi - Blocco C - 1 piano - Quartiere fieristico - ore 16

*Un'informazione pubblicitaria corretta, soprattutto quando si tratta di salute e di benessere e quando il luogo è la farmacia, deve basarsi sui principi chiave di responsabilità, trasparenza, completezza, correttezza, competenza e chiarezza del linguaggio. Offrire un'informazione di qualità, corretta e trasparente in tale luogo è di primaria importanza considerando le aspettative di chi alla farmacia si rivolge con aspirazioni legate alla sfera della salute nell'accezione più ampia di tale termine (dai prodotti e trattamenti medico-estetici a quelli di derivazione naturale). In farmacia si dà per scontato che l'informazione risponda ai più alti standard di qualità propri del processo della ricerca e dell'applicazione di risultati scientifici e tecnologici e che il farmacista, quale professionista della salute, garantisca ai cittadini un'informazione corretta, obiettiva, trasparente e verificata in relazione ai servizi erogati ed ai prodotti siano essi farmaci, cosmetici, alimenti o altro che, tramite la farmacia, possono essere acquistati.*

*Scopo primario del farmacista è quello di diventare un punto di riferimento per il cliente distinguendosi dai molteplici altri canali che trattano, con diverse competenze, il delicato argomento del benessere. Il compito del farmacista è di ridurre le distanze, ma anche di filtrare le informazioni tra il mondo della scienza, dell'industria e gli utenti e destinatari della ricerca, i clienti, partendo già dalla comunicazione visibile all'esterno della farmacia, tramite le vetrine, e includendo tutti i materiali/documenti disponibili all'interno della farmacia stessa, nonché le informazioni reperibili sui siti web e sui social media.*

*L'incontro è dedicato alla comunicazione pubblicitaria che attiene soprattutto all'area dei cosmetici venduti in farmacia ed al ruolo svolto dal farmacista come tramite con il cliente/consumatore con l'obiettivo di analizzare, alla luce degli obblighi derivanti da principi di etica professionale e dalle normative vigenti, compiti e responsabilità dei diversi attori a vario titolo coinvolti, le imprese che operano in quel canale, i singoli operatori sanitari ed ascoltando il parere degli utenti finali, ovvero i consumatori.*

## PROGRAMMA

### ***"Salute e wellbeing nell'era digitale"***

☞ **Flavia BRUNO** Università di Milano

### ***"Le regole della comunicazione applicabili al cosmetico"***

☞ **Elena CAPPANI** avvocato Foro di Milano

## **TAVOLA ROTONDA: LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA IN FARMACIA**

### **Partecipanti:**

- ☞ **Franca BRAGA** Altroconsumo
- ☞ **Paola MINGHETTI** Università di Milano
- ☞ **Mauro CASTIGLIONI** Farmacia Parati
- ☞ **Luca NAVA** Cosmetica Italia
- ☞ **Silvia STEFANELLI** Avvocato Foro di Bologna
- ☞ **Vincenzo GUGGINO** IAP

**Moderatrice: Marinella TROVATO** SISTE



**SEGRETERIA ORGANIZZATIVA:**

Tel. 02 45487428 • Fax 02 45487903  
segreteria@sisteweb.it • www.sisteweb.it