

PHARMACY

# management

www.PharmaManage.gr

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ • ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2009 • ΤΕΥΧΟΣ 04

ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ



## ΑΓΟΡΑ

Ανδρική φροντίδα

## ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Οι αρθρίτιδες

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Πώς να χειριστούμε αποτελεσματικά την οικονομική κρίση

ΑΦΙΕΡΩΜΑ

# 1η ΗΜΕΡΙΔΑ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΩΝ

## ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ: Επιχειρηματικότητα και Επικοινωνία

ΕΛΤΑ  
Hellenic Post



ΠΛΗΡΟΜΕΝΟ  
ΤΕΛΟΣ  
Κ.Ε.Μ.Π.  
Κρυονερίου  
Αριθμός Αδείας  
196/09





## ■ Επικαιρότητα

- 03 **EDITORIAL**  
 04 **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΝΕΑ**  
 04 Active Health Concept Pharmacy  
 04 Οδηγός Φροντίδας για τη μητέρα και το παιδί από το Δίκτυο Φαρμακείων ADVANCE  
 04 Εκπαιδευτικό πρόγραμμα σε συνεργασία με το Φαρμακευτικό Μουσείο Χίου  
 06 Επιστημονική Εκδήλωση των ΠΡΟ. ΣΥ.ΦΑ.Π.Ε. και ΠΕΙ.ΦΑ.ΣΥΝ  
 06 Ειδικά χρηματοδοτικά προϊόντα για φαρμακοποιούς από τη MARFIN  
 06 Mediterranean Forum For Health  
 06 Εκδήλωση της Φαρμακευτικής Εταιρείας Ελλάδος στην Κύπρο  
 08 Χρυσή Καρδιά SOLGAR για την Παγκόσμια Ημέρα Καρδιάς στην Ν. Ιωνία  
 08 9ο PHARMA point στη Θεσσαλονίκη  
 08 Επιστημονική Ημερίδα από την Green Import  
 10 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ**  
 16 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΓΕΙΑΣ**  
 22 **ΤΑ ΝΕΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ**

## ■ Αφιέρωμα

- 26 1η ΗΜΕΡΙΔΑ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΩΝ  
**Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**



## ■ Αναλύσεις

- 40 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ  
 ΜΕ ΤΟΝ κ. **ΔΗΜΗΤΡΗ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟ**  
**Μια σύγχρονη εικόνα για το φαρμακείο**  
 44 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ  
 ΡΙΤΑΣ ΓΚΑΤΖΟΥΛΗ  
**Από το όνειρο στην πραγματικότητα**



- 48 ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΤΟΥ 2020  
**Προκλήσεις και προσδοκίες για το φαρμακοποιό ως επιστήμονα και ως επιχειρηματία**  
 52 ΑΝΔΡΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ  
**Προσμένοντας το νέο άνδρα**

## ■ Επικοινωνία

- 60 Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΣΑΣ  
**Οι αρθρίτιδες**  
 70 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΕΛΑΤΗ  
**ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ**  
**Ο φαρμακοποιός, βασικός σύμβουλος στη χρήση τους**  
 76 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΕΛΑΤΗ  
**Άγιος Βασίλης έρχεται από το φαρμακείο...**  
 80 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΕΛΑΤΗ  
**ΝΕΑ ΓΡΙΠΗ Ο ρόλος του φαρμακοποιού**

## ■ Επιχειρηματικότητα

- 90 ΔΙΟΙΚΗΣΗ  
**Το εργασιακό στρες στο Φαρμακείο**



- 94 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ  
**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ. Πώς να τη χειριστούμε αποτελεσματικά στο φαρμακείο**  
 96 ΦΟΡΟΤΕΧΝΙΚΑ  
**...τώρα και ο ΦΠΑ με δόσεις...**



- 98 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ  
**Εστιάστε τις επενδύσεις σας μακροπρόθεσμα**

**Μην ξεχνάτε να ενημερώνετε το Περιοδικό για κάθε αλλαγή διεύθυνσης ή επωνυμίας στο τηλ. 210 9843274**



**ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ**

ΤΕΥΧΟΣ 04 • ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2009

ISSN 1791-860x

Νίκης 57

174 55 Αθήνος

Τηλ.: 210-9843274

Fax.: 211-8005575

www.PharmaManage.gr

**ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ - ΕΚΔΟΤΗΣ**



**Θ. ΧΑΡΑΜΗ Ε.Π.Ε.**

Νίκης 57

174 55 Αθήμος

Τηλ.: 210-9843274

Fax.: 211-8005575

p.harami@PharmaManage.gr

**ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ**

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΚΔΟΣΗΣ**

**ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

Πόπη Χαραμή

**ΚΑΛΙΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ**

Βιβλιοσυνομιλητική ΑΕΠΕΕ

**ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΥ**

Κώστας Μουγκογιάννης

kostasm@bmail.gr

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΕΙΜΕΝΩΝ**

Γιώργος Λαουτάρης

**ΠΑΡΑΓΩΓΗ - ΕΚΤΥΠΩΣΗ**

Βιβλιοσυνομιλητική ΑΕΠΕΕ

Φειδίου 18, 106 78 Αθήνα

Τηλ.: 210 3813109

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

Αναστασία Κατσικογιάννη-Μπάστα

Τηλ.: 210-3813109

anastasiab@bmail.gr

**Σ' ΑΥΤΟ ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ**

**ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΗΚΑΝ**

Αθανάσιος Βοζίκης

Ελένη Αθανασοπούλου

Ασπασία Σκουφίδη

Ιωάννης Μακρυγιάννης

Στάθης Σκληρός

Τερέζα Χαραμή

Θάνος Χατζηγαλιάνης

Ράνια Λέχου

Γιάννης Κουσαντάκης

www.GreekShares.com

Δεν επιτρέπεται η αναπαραγωγή με οποιοδήποτε τρόπο τμήματος ή ολόκληρου του έργου χωρίς την προηγούμενη γραπτή άδεια του εκδότη.

Copyright © 2009 Π. Χαραμή

Το περιοδικό έχει το δικαίωμα της επιλογής και συντόμευσης των άρθρων και δεξιών τύπου που λαμβάνει.

Τα όποια μορφής υλικά, φωτογραφίες κλπ. δεν επιστρέφονται.



## 1η Ημερίδα Φαρμακοποιών Ανακαλύψτε και Ενεργοποιήστε τις Ικανότητές σας

**Ε**ίναι πλέον δεδομένο ότι ο τζίρος αλλά και η ρευστότητα για πολλά φαρμακεία που στηρίζονται μόνο στο φάρμακο θα παρουσιάσει κάμψη για δύο κυρίαρχους λόγους. Από τη μια, η νέα φαρμακευτική πολιτική της κυβέρνησης, με έντονη προσπάθεια για μείωση της φαρμακευτικής δαπάνης μέσω της ελεγχόμενης συνταγής για όλα τα ταμεία, περιορισμό της πολυφαρμακίας και ενίσχυση των γενεσιμίων. Από την άλλη, η πολύμηνη καθυστέρηση εξόφλησης λογαριασμών των φαρμακείων από τον ΟΠΑΔ. Η οικονομία του φαρμακείου μπαίνει σε μια περίοδο αναταραχών. Σήμερα περισσότερο από ποτέ, ο φαρμακοποιός και η ομάδα του θα πρέπει να θέσουν νέες επιχειρηματικές στρατηγικές για να προστατεύσουν, αλλά και γιατί όχι, να αναπύξουν τον τζίρο τους. Όλες αυτές οι στρατηγικές διαρθρώνονται γύρω από: την ικανοποίηση του πελάτη, την εφαρμογή αντισταθμιστικών λύσεων οργάνωσης και διαχείρισης της επιχείρησης φαρμακείο, την κινητοποίηση του προσωπικού, με στόχο να αναπτυχθούν περισσότερο τομείς αυτοθεραπείας και παραφαρμάκων που έχουν καλύτερη προοπτική και απόδοση, αλλά κυρίως οι υπηρεσίες υγείας προς τον πελάτη. Στην 1η Ημερίδα Φαρμακοποιών στις 23/01/2010, με θέμα: **Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**, που διοργανώνει το Περιοδικό Pharmacy Management & Επικοινωνία, θα ανακαλύψετε, είτε είστε φαρμακοποιός, είτε συνεργάτης στο φαρμακείο, χρήσιμους τομείς δραστηριοτήτων και ενεργειών για να συμβάλετε στην εξέλιξη του επαγγέλματος. Εκτός όμως από τις ομιλίες, θα έχετε και την ευκαιρία να επισκεφτείτε τα περίπτερα των εταιρειών, που με την οικονομική προσφορά τους συντέλεσαν στην άριστη διοργάνωση αυτής της εκδήλωσης, αλλά και να ανταλλάξετε απόψεις με τους συναδέλφους σας.

*αξίζει να είστε όλοι εδώ!*

ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ

Φαρμακοποιός

Σύμβουλος Φαρμακευτικών Υπηρεσιών

## Active Health Concept Pharmacy

Μια νέα εικόνα των φαρμακείων του δικτύου



Η Active Health είναι το πρώτο δίκτυο ανεξάρτητων φαρμακείων στην Ελλάδα. Πάντα πρωτοπόρα, για ακόμη μια φορά προέβλεψε τις ανάγκες του κλάδου και προχώρησε στη δημιουργία του **Active Health Concept Pharmacy**. Πέρα από την ενίσχυση της εταιρικής εικόνας της, ένας από τους σημαντικότερους άξονες επάνω στους οποίους κινείται και επενδύει η Active Health είναι η διαχείριση σημείων λιανικής. Το Concept Pharmacy λειτουργεί με όρους εξορθολογισμού και εξυγίανσης της επιχείρησης «Φαρμακείο», διευκολύνοντας παράλληλα την επικοινωνία με τον καταναλωτή. Με το Concept Pharmacy η Active Health προσκαλεί τον καταναλωτή σε ένα χώρο Υγείας και Ομορφιάς, όπου μπορεί να βρει την επιστημονική συμβουλή που χρειάζεται, σε περιβάλλον άνετο και φιλόξενο. Επιπλέον, όμως, παρέχει εύκολη πληροφόρηση στις κατηγορίες των προϊόντων και σωστούς χώρους για την εργασία του προσωπικού. Εξοικονομεί χώρο και χρόνο στην καθημερινή λειτουργία του φαρμακείου, βελτιώνει την ανταγωνιστικότητα του δικτύου και από χώρο ασθένειας μετατρέπει το φαρμακείο σε χώρο ευεξίας και ευζωίας.

**Μάθε πώς μπορείς να γίνεις φαρμακείο - μέλος στο δίκτυο Active Health με ένα τηλεφώνημα στο 210-9737170.**  
[www.activehealth.gr](http://www.activehealth.gr)

## Οδηγός Φροντίδας για τη μητέρα και το παιδί από το Δίκτυο Φαρμακείων ADVANCE

Αφιερωμένη στην πιο τρυφερή περίοδο της ζωής κάθε γυναίκας, είναι η νέα ειδική έκδοση που με ιδιαίτερη φροντίδα επιμελήθηκαν οι φαρμακοποιοί - μέλη του Δικτύου ADVANCE και διανέμεται δωρεάν στο κοινό.

Το προσεγμένο περιεχόμενό της υπογράφουν εξειδικευμένοι επιστήμονες (χειρουργός μαιευτήρας - γυναικολόγος, κλινικοί διαιτολόγοι - διατροφολόγοι, ψυχολόγος - ψυχοθεραπευτής, σύμβουλος θηλασμού, φαρμακοποιός, κ.ά.) και περιλαμβάνει ενημέρωση και συμβουλές για την ευτυχή περίοδο της εγκυμοσύνης, τη διατροφή για τις μέλλουσες μητέρες, την ψυχολογία του ζευγαριού, την προετοιμασία για τον τοκετό, το μητρικό θηλασμό, τον απογαλακτισμό, την ανάπτυξη των αισθήσεων του μωρού και τις υπέροχες «πρωτιές» του καθώς μεγαλώνει.

Μέσα από τις σελίδες αυτές, οι φαρμακοποιοί - μέλη της ADVANCE παρέχουν στους νέους γονείς μια πρώτη γέυση για το πόσο σοβαρή υπόθεση είναι η γέννηση ενός μωρού και τους βοηθάνε να προετοιμαστούν κατάλληλα!



## «Από τη φύση στο φαρμακείο»

Εκπαιδευτικό πρόγραμμα σε συνεργασία με το Φαρμακευτικό Μουσείο Χίου



Κατά το σχολικό έτος 2008 - 2009 το Γενικό Λύκειο Καθημασιών Χίου, στο πλαίσιο της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης πραγματοποίησε το πρόγραμμα «**Από τη φύση στο φαρμακείο**» με υπεύθυνη του προγράμματος την Εκπαιδευτική κυρία Μεταχρινούδη Ευαγγελία. Συγκεκριμένα, οι μαθητές της Α΄ και Β΄ τάξης ασχολήθηκαν με την ιδιαίτερη χλωρίδα της περιοχής. Η

εργασία επικεντρώθηκε στην ανάδειξη των φαρμακευτικών ιδιοτήτων φυτών, θάμνων και δέντρων και στη θέση που έχουν στη συνείδηση των κατοίκων, καταγράφοντας συνταγές λαϊκής ιατρικής και διάφορες παραδόσεις (μύθοι, θρησκευτικές χρήσεις, εμπορικές δραστηριότητες). Επίσης, έγινε περιγραφή των φυτών (στοιχεία μορφολογίας, ανάπτυξης, καλλιέργειας, φροντίδας) με αντίστοιχο φωτογραφικό υλικό. Όλα αυτά τα στοιχεία αναδεικνύονται μέσα από την δημιουργία ενός e-book και του ομώνυμου blog που θα το βρείτε στη διεύθυνση [www.fysi-farmakeio.blogspot.com](http://www.fysi-farmakeio.blogspot.com). Στόχος του προγράμματος ήταν οι μαθητές να αντιληφθούν και να σεβαστούν το μεγαλείο της «μάνας» φύσης, κυρίως τη δυνατότητα που έχουμε να παίρνουμε τα πάντα από εκείνη, για να μπορούμε να είμαστε αυτόρκευτοι και υγιείς. Παράλληλα, επισκέφθηκαν το Φαρμακευτικό Μουσείο, τόσο για την συλλογή πληροφοριών, υλικού όσο και για την ανατροφοδότηση του ενδιαφέροντός τους. Τέλος, οι μαθητές, προσέγγισαν κυρίως βιωματικά το θέμα με ξεναγήσεις στο Μουσείο και την παρασκευή διαφόρων συνταγών, όπως κρέμα χεριών, cold cream και άλλων.



# Ομανίτους™

## Ήρθε το Μανιτάρι των Θεών

Το Ομανίτους, το πιο πρωτοποριακό προϊόν διατροφής διατίθεται από την Astra Medical Hellas Superfoods, άμεσα και εύκολα σε όλα τα σημεία πώλησης των φαρμάκων και των συμπληρωμάτων διατροφής. Περιέχει σταθερά σταθερά και εύκολα διαλυτά υδατοδιαλυτά γανόδερμα που είναι γνωστό ως «Μανιτάρι των Θεών» και χρησιμοποιείται από τις 2.000 χρόνια στην κινεζική ιατρική για την κορυφαία του παγκόσμιου υγείας. Ηνωμένο με τον υψηλό επίπεδο της φύσης που είναι ουσιαστικά την αγνή του οργανισμού.



Το Ομανίτους™ είναι το μόνο που περιέχει το έλαιο των σπόρων του μανιταριού Ganoderma lucidum και είναι 70 φορές πιο ισχυρό απ' ό,τι η φυσική ή αποξηραμένη μορφή του.

### Το κορυφαίο φυσικό συμπλήρωμα διατροφής με 400 συστατικά

Με περισσότερα από 400 ενεργά μικροσυστατικά που παράγει το Ganoderma lucidum, το Ομανίτους™ αναδύεται σε έναν πολυάριθμο σύμπλοκο υγείας. Περιέχει σπέρμα, εκδόματα ιστορικό ελιά, βιταμίνες, μέταλλα, αμινοξέα, οργανικά, πολυσακχαρίδια, φινολανθόλη ελιά και πολλά άλλα ενεργά συστατικά τα οποία έχουν βιολογικά αποτελέσματα ως αντιοξειδωτικό και ανοσοποιητικό. Επίσης, το Ganoderma lucidum είναι γνωστό ως το «μάνιταρι της μακροζωίας» καθώς αποτελείται από πρόκληση γήρανση των κυττάρων, χαρμό, ενταμενική διαίτη, μειώνει τον κόπο και το άγχος και επιταχύνει ταχύτητα επώδυνη ενέργεια και ευεξία.

### Σύμπλοκο με τη διεθνή βιβλιογραφία, το λάδι του Ganoderma lucidum υποκρίνεται ότι βοηθάει στην:

- Επίτευξη της υγείας του σώματος
- Μείωση των επιπέδων σακχάρου στο αίμα
- Ανταρτητική, αντιθρομβωτική και αντιπηκτική επίδραση
- Κορυφαία στην ανδρική ανικανότητα
- Διαταραχόμενη μείωση της ελαστικότητας
- Βελτίωση της υπέρτασης και της υστερίας
- Κορυφαία στην οίηση, του σπινός, της κοιλιάς και της καρδιάς
- Ισχυρή αντιοξειδωτική του οργανισμού
- Η μεταφορά της αξιολόγησης από ιστορία

### Astra Medical Hellas Superfoods

#### Η εξόχηση στη φυσική διατροφή

Πάντα πιστή στο πεπρωτικό «Γρήγορα, Κανονικά, Πουρακά, Καθαρά και Προσβάσιμα για όλους πρόβλεψε», η Astra Medical Hellas Superfoods είναι σήμερα μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες φυσικών συμπληρωμάτων διατροφής στην Ελλάδα.

Όλα τα προϊόντα της είναι πραγματικές καινοτομίες, καθώς είναι 100% φυσικά, προέρχονται από την καλύτερη και πιο ασφαλή ποιότητα πρώτης ύλης και φέρνουν στα πόδια σου το προσβάσιμη.

## Συμπληρώματα διατροφής:

**Επιστημονική Εκδήλωση των ΠΡΟ.ΣΥ.ΦΑ.Π.Ε. και ΠΕΙ.ΦΑ.ΣΥΝ**

Στις 12 Οκτωβρίου έγινε Επιστημονική Εκδήλωση των ΠΡΟ.ΣΥ.ΦΑ.Π.Ε. και ΠΕΙ.ΦΑ.ΣΥΝ. με την παρουσία πάνω από 740 φαρμακοποιών. Κατά τη διάρκεια της οι ομιλητές τόνισαν τα κάτωθι: «Η γλυκομαννάνη είναι τεκμηριωμένα πολύτιμος σύμμαχος στην υγεία μας, διατηρεί την καλή εντερική λειτουργία, προλαμβάνει και αντιμετωπίζει τη δυσκοιλιότητα. Τα πολυβιταμινούχα συμπληρώματα διατροφής αποτελούν σημαντική βοήθεια για την επίτευξη ή τη διατήρηση καλής κατάστασης θρέψης του οργανισμού, με την προϋπόθεση βέβαια η σύστασή τους να γίνεται από αρμόδια καταρτισμένους επαγγελματίες υγείας».

Επιδημιολογικές μελέτες αποδεικνύουν ότι η πρόσληψη φυτικών ινών από τη διατροφή δεν είναι επαρκής. Για το λόγο αυτό, ένα διατροφικό συμπλήρωμα διαλυτών φυτικών ινών όπως είναι το **DULCOFIBRE®** με γλυκομαννάνη της **BOEHRINGER INGELHEIM** έχει ευεργετικές ιδιότητες. Επίσης τονίστηκε ιδιαίτερα από τους ομιλητές ότι τα πολυβιταμινούχα συμπληρώματα, μπορούν να αποτελέσουν σημαντική βοήθεια για την επίτευξη ή τη διατήρηση καλής κατάστασης θρέψης του οργανισμού, όταν οι διατροφικές συνήθειες του ασθενή δεν καλύπτουν την απαραίτητη δοσολογία σε βιταμίνες και ινχουστοιχεία. Αναφέρθηκε ότι ιδανικό συμπλήρωμα διατροφής θεωρείται εκείνο που ακολουθεί τη λογική του low dose concept, όπως τα πολυβιταμινούχα **Pharmaton Vitamigen & Pharmaton Kiddi**, της **BOEHRINGER INGELHEIM** και έχει μέσω κλινικών μελετών αποδειχθεί ότι η συγκεκριμένη δοσολογία αρκεί, με αποτέλεσμα να ελαχιστοποιείται ο κίνδυνος υπερβιταμίνωσης (ήπιου διαλυτές βιταμίνες) ή υπερδοσολογίας.

## Mediterranean Forum For Health

Το «**Mediterranean Forum For Health**» είναι ένα επιστημονικό, μη κερδοσκοπικό σωματείο, το οποίο ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 2004. Απαρτίζεται από Επιστήμονες Υγείας με σπουδές σε Πανεπιστήμια των χωρών της Μεσογείου και αριθμεί πάνω από 1000 μέλη.

Οι Σκοποί του είναι:

Η Προάσπιση Υγείας Κοινωνικού Συνόλου, με ενημέρωση, εκπαίδευση και παροχή υπηρεσιών, Η Αναβάθμιση Ιατρικής και Φαρμακευτικής Επικοινωνίας, με προαγωγή Γνώσεων, ενημέρωση σχετικά με Νέες Τάσεις, συμμετοχή σε συνέδρια και διοργάνωση συνεδρίων, Η Ανάπτυξη Διοικητικών Υπηρεσιών Υγείας με διαβαθκανικές μεσογειακές και με υπό ανάπτυξη χώρες συνεργασίες και προαγωγή επικοινωνίας μεταξύ των μεσογειακών κρατών.

**Για πληροφορίες τηλ: 210 6199877,  
e-mail: info@mediforum.eu**



**MARFIN EGNATIA BANK**

Ας κάνουμε τη ζωή... λίγο καλύτερη

## Ειδικά χρηματοδοτικά προϊόντα για φαρμακοποιούς

Είναι γεγονός ότι το τελευταίο έτος βιώνουμε έντονα τις επιδράσεις μίας παγκόσμιας χρηματοοικονομικής κρίσης η οποία, παρά την ύπαρξη ορισμένων ενθαρρυντικών ενδείξεων ανάκαμψης τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, συνεχίζει να δημιουργεί αίσθημα αβεβαιότητας για την πορεία της οικονομίας. Στη Marfin Egnatia Bank αναγνωρίζουμε και αντιμετωπίζουμε το αποτέλεσμα που έχει η εύλογη επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης στην εγχώρια επιχειρηματική δραστηριότητα και πιο συγκεκριμένα στις ΜΜΕ και τους Ελεύθερους Επαγγελματίες. Πιστεύουμε ότι σε αυτή τη δύσκολη περίοδο για τις ΜΜΕ, είναι σημαντικό να βρισκόμαστε δίπλα στους πελάτες μας με περισσότερους από έναν τρόπους, καλύπτοντας τόσο τρέχουσες ανάγκες που δημιουργούνται, αλλά προτείνοντας και λύσεις για ευκαιρίες επενδύσεων που προκύπτουν στην δύσκολη αυτή συγκυρία.

Στοχεύοντας και στις δύο αυτές κατευθύνσεις, διαθέτουμε το εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό το οποίο μπορεί να επιτελέσει το συμβουλευτικό ρόλο, ενώ παράλληλα συμμετέχουμε ενεργά στα προγράμματα που προσφέρουν σημαντικά πλεονεκτήματα για τις ΜΜΕ, όπως το επιχειρησιακό Πρόγραμμα ΕΣΠΑ 2007-2013, το ΤΕΜΠΜΕ καθώς και τα προνομιακά προγράμματα χρηματοδότησης σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων. Τα προϊόντα μας καλύπτουν όλο το φάσμα των αναγκών μίας ΜΜΕ, από επενδύσεις σε πάγια στοιχεία (επαγγελματικές κτιριακές εγκαταστάσεις, εξοπλισμό, επαγγελματικά οχήματα κλπ) έως την ενίσχυση της αναγκαίας ρευστότητας (κεφάλαιο κίνησης). Ειδικότερα δε, για τον κλάδο των Φαρμακοποιών, διαθέτουμε ειδική σειρά προϊόντων για την κάλυψη των χρηματοδοτικών αναγκών με ιδιαίτερα ελκυστικούς όρους.

## Εκδήλωση της Φαρμακευτικής Εταιρείας Ελλάδος στην Κύπρο

Η Φαρμακευτική Εταιρεία Ελλάδος διοργάνωσε από 12-14 Σεπτεμβρίου 2009 εκδήλωση στην Κύπρο, υπό την αιγίδα του Πανελληνίου Φαρμακευτικού Συλλόγου. Στο πλαίσιο της εκδήλωσης διεξήχθη ημερίδα με θέμα «Στατίνες - Λειτουργική διατροφή». Οι ομιλητές και τα θέματα που πραγματεύτηκαν ήταν: «Οι επιπτώσεις της κολιπαστερόλης στο καρδιαγγειακό σύστημα» - Δρ. Ε. Νικολαΐδης, Διευθυντής Καρδιολογίας Γενικού Νοσοκομείου Λευκωσίας. «Θεραπεία με στατίνες» - Δρ. Σ. Φραγκέσκος, Βοηθός Διευθυντής Καρδιολογίας «Λειτουργική διατροφή» - Ε. Μαρκίδου, Κλινικός Διαιτολόγος Α', Υπεύθυνη Τομέα Διατροφής Υπουργείου Υγείας Κύπρου. «Κύπρος: Ιστορία - Τελευταίες εξελίξεις του Κυπριακού» - Α. Βότσης, Πρόεδρος του Τ.Φ.Σ. Λεμεσού, Αντιπρόεδρος του Παγκύπριου Φαρμακευτικού Συλλόγου, Βουλευτής Λεμεσού και Α. Πετρίδης, μέλος του Παγκύπριου Φαρμακευτικού Συλλόγου.

ΚΡΕΜΑ ΧΕΡΙΩΝ

# CERA di CUPRA®

«...η φροντίδα  
που χρειάζονται  
τα χέρια σας!»



ΣΤΑ  
ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ



ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΙΚΑ  
ΕΛΕΓΜΕΝΗ

**Health Plus** S.A.  
PHARMACEUTICALS-COSMETICS

ΚΩΝΣΤ. ΑΔΑΜΟΥ ΒΟΥΛΑΓΜΕΝΗΣ 1, ΤΑΥΡΑΝΑ 140 75, ΤΗΛ: 210-944.167  
ΑΚΕΣΣΑΝΩΝΗ ΠΑΡΗΤΣΩΝ 21, ΤΗΛ: 270-540.572

## Χρυσή Καρδιά SOLGAR

για την Παγκόσμια Ημέρα Καρδιάς στη Ν. Ιωνία



Με μεγάλο ενδιαφέρον παρακολούθησαν οι δημότες της Ν. Ιωνίας, και όχι μόνο, την ημερίδα «Χρυσή Καρδιά» από την ISO – PLUS / Solgar, που πραγματοποιήθηκε στις 30 Σεπτεμβρίου στο Πνευματικό Κέντρο του δήμου Ν. Ιωνίας, σε συνεργασία με τα μικροβιολογικά εργαστήρια Κουκουλήρης.

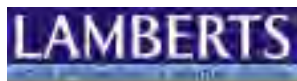
Στην Ημερίδα «Χρυσή Καρδιά» αναφέρθηκαν, αναλύθηκαν και συζητήθηκαν, μέσω των εξειδικευμένων επιστημόνων ομιλητών που συμμετείχαν, όλες οι πτυχές της καρδιαγγειακής υγείας, με ιδιαίτερη έμφαση στη γυναικεία πλευρά του θέματος.

Οι παρευρισκόμενοι είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν τον καρδιολόγο και Πρόεδρο των γιατρών ΙΚΑ Αθηνών και Πειραιά κ. Αποστολόπουλο, τη διαιτολόγο - διατροφολόγο κ. Κούργια, τη φαρμακοποιό κ. Καμπέρη, την υπεύθυνη marketing ISO - PLUS κ. Γιαννίκη καθώς και τον επιστημονικό διευθυντή ISO – PLUS κ. Αδαμίχο, οι οποίοι παρουσίασαν στατιστικά στοιχεία που φανερώνουν ότι λησθασμένα έχει επικρατήσει η αντίληψη ότι τα καρδιαγγειακά νοσήματα είναι γένους αρσενικού, αλλά αντίθετα απασχολούν όλο και περισσότερες γυναίκες.

Η ημερίδα «Χρυσή Καρδιά» πέτυχε να πείσει για την αναγκαιότητα πρόληψης και αποτελεσματικής προστασίας και αντιπρότεινε μία σφαιρική και ολοκληρωμένη προσέγγιση για τη διατήρηση της καλής υγείας της γυναικείας καρδιάς.

Γιατί «Χρυσή Καρδιά» είναι και η γερή καρδιά.

## Επιστημονική Ημερίδα από την Green Import



Το Σάββατο 10 Οκτωβρίου 2009 η Green Import που διακινεί στην Ελλάδα τα Συμπληρώματα Διατροφής Lamberts, στα πλαίσια της επιστημονικής ενημέρωσης των επαγγελματιών της υγείας, διοργάνωσε την ημερίδα με τίτλο "ANTIGHPAN-

ΣΗ". Η ημερίδα έγινε, με εξαιρετική επιτυχία, στο ξενοδοχείο METROPOLITAN.

Η προσέλευση γιατρών και φαρμακοποιών ήταν εντυπωσιακή.

Ομιλητές (από την Lamberts Healthcare): Mrs Justine Bold (MBANT, Dip. BCNH, BA Hons) και Mr. John Todd (Lamberts marketing director).

## Η φαρμακευτική δαπάνη ως «μήλον της έριδος»

στο 9ο PHARMA point στη Θεσσαλονίκη



Το ενδιαφέρον των φαρμακοποιών αλλήλ και τον έντονο διάλογο μεταξύ τους, προκάλεσε το στρογγυλό τραπέζι για τις δαπάνες φαρμακευτικής περίθαλψης και τις βέλτιστες παροχές με εξοικονόμηση πόρων, που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του 9ου PHARMA point, με τη συμμετοχή εκπροσώπων της πολιτείας και της φαρμακοβιομηχανίας.

Συγκεκριμένα, ο διοικητής του ΙΚΑ-ΕΤΑΜ, κ. Θεόδωρος Αμπατζόγλου, ανέφερε ότι μόνο για τους ασφαλισμένους του ΙΚΑ, εκδίδονται σχεδόν 2,7 εκατομμύρια συνταγές το μήνα, ενώ οι δαπάνες για τη φαρμακευτική περίθαλψη αναμένεται να υπερβούν το προϋπολογισμένο ποσό των 2,2 δισεκατομμυρίων ευρώ. «Στην αύξηση της δαπάνης συμβάλλει η πληθώρα των ιατρών που συνταγογραφούν, η μη ορθολογική χρήση φαρμάκων, η μη τήρηση των κανόνων ηθικής και δεοντολογίας από την πλευρά όλων των εμπλεκόμενων στον χώρο της υγείας και η ανεξέλεγκτη συνταγογραφία».

Στο θέμα αναφέρθηκαν και οι:

- κ. Δημήτριος Γάκης, διοικητής του Νοσοκομείου ΑΧΕ-ΠΑ τονίζοντας ότι ο καθένας που καταλαμβάνει μια δημόσια θέση οφείλει να κάνει εκείνο που θα ωφεληθεί το κοινωνικό σύνολο.
- κ. Κώστας Αθανασάκης, επιστημονικός συνεργάτης στον Τομέα Οικονομικών της Υγείας της Εθνικής Σχολής Δημόσιας Υγείας, μιλώντας για τη συμβολή της φαρμακευτικής περίθαλψης στο επίπεδο υγείας του πληθυσμού.
- κ. Βασίλης Πενταφράγκας, υπεύθυνος Εταιρικών Υποθέσεων της ELPEN και τόνισε ότι «το σωστά χρησιμοποιούμενο φάρμακο συμβάλλει ουσιαστικά στη μείωση των δαπανών υγείας».
- κ. Τάκης Ζερβακάκης, γενικός διευθυντής της Wyeth ο οποίος τόνισε ότι «η έλλειψη μηχανοργάνωσης και τεχνολογικού εκσυγχρονισμού, με συνέπεια την έλλειψη ελέγχου, αποτελεί μείζον πρόβλημα του συστήματος υγείας».



**ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΕΝΑ VOLVO ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΕΙΣ ΟΤΙ Η ΖΩΗ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ. ΕΙΝΑΙ Η ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΖΩΗΣ. ΟΙ ΦΩΝΕΣ ΖΩΗΣ. ΟΙ ΠΕΡΙΠΕΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΜΟΥΡΑΞΕΤΕ. ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΑ ΚΑΘΩΣΤΟ ΜΕΣΑ ΣΕ ΗΡΕΜΑ ΤΥΠΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΜΑ ΒΡΕΣΚΕΙΣ ΤΩΝ ΕΣΑΥΤΟ ΣΟΥ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΔΥΚΑΜΙΑ ΠΟΥ ΣΟΥ ΧΑΡΙΖΕΙ Η ΑΣΦΙΝΚΗ ΤΟΥ ΚΑΜΙΟΤΗΡΑ ΤΩΝ ΖΗΣ ΗΘΙΣΜΑ. ΚΑΙ ΕΙΝΑΙ ΚΑΙ ΟΑΝΟ ΟΙ ΑΛΛΟΙ ΑΔΙΟΤΙ ΠΟΥ ΜΟΣ ΚΑΝΟΥΝ ΜΑ ΣΧΕΔΙΑΣΟΥΝΕ ΤΟ ΜΟΥΝΟ ΧΑΛΟ ΕΤΕΙ ΟΣΤΕ ΜΑ ΕΙΝΑΙ ΚΟΝΑΡΕΣ. ΜΕ ΕΣΥΝ ΚΑΙ ΠΑΝΟ ΑΠΟ ΟΑΑ. ΟΑΑΣΧΕΔΙΑΣΤΗΝΟ. ΠΤ ΑΥΤΟ ΚΑΙ ΤΟ ΟΔΗΓΕΙΣ.**



**ΝΕΟ VOLVO XC60 ΜΕ ΜΕΓΕΘΜΕΝΟ ΤΕΛΟΣ ΤΑΥΝΟΜΗΣΗΣ**

Το μοντέλο που απεικονίζεται στην εικόνα είναι ένα δείγμα και δεν αποτελεί υπόδειγμα. Οι τιμές και οι προμήθειες είναι ενδεικτικές και μπορεί να αλλάξουν χωρίς προειδοποίηση.

*Always, together*



## Νέα προϊόντα από την Avène



Τα Δερματολογικά Εργαστήρια Avène παρουσιάζουν τις εξής καινοτομίες :

- Το πρακτικό **stick Cleanance Soins localisé**, ξηραντική και εξυγιαντική φροντίδα για εντοπισμένες ατέλειες. Χρήση 2-3 φορές την ημέρα απευθείας πάνω στην ατέλεια.

- Την κρέμα- gel

**Cleanance K**, με ανανεωμένη σύνθεση για να ρυθμίζει την περίσσεια σμήγματος και την ενυδάτωση. Η καθημερινή της χρήση εξασφαλίζει μια «ματ» και μη λιπαρή επιδερμίδα, φωτεινή και απαλή.

- Το νέο **Cold Cream Baume Lèvres** για τα πολύ ξηρά, σκασμένα και σχισμένα χείλη καθώς και για χειλιτίδες φαρμακευτικής αιτιολογίας. Με μη λιπαρή και αόρατη υφή, επανορθώνει, καταπραΰνει και προστατεύει τα χείλη εξασφαλίζοντάς τους άνεση και προστασία για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Από την **Pierre Fabre Ελλάς**, τηλ: 2107715353

## Spot End της FREZYDERM

**Ολοκληρωμένα πακέτα λεύκανσης σε προνομιακή τιμή**

Η εταιρεία δερμοκαλλυντικών FREZYDERM, προσφέρει ειδικά πακέτα προσφορών με προϊόντα από το ολοκληρωμένο σύστημα λεύκανσης **FREZYDERM SPOT END**, για την πρόληψη της εμφάνισης των κηλίδων, την αντιμετώπιση των δυσχρωμιών, την αποτροπή εμφάνισης νέων κηλίδων στα σημεία που προϋπήρχαν και την αποκατάσταση



της χρωματικής ομοιομορφίας του δέρματος.

Συγκεκριμένα, το πακέτο λεύκανσης και περιποίησης προσώπου με τις κρέμες προσώπου SPOT END Day Cream SPF 15 την SPOT END Night Cream και το SPOT END Essence, ημιδιάφανο gel για την απομάκρυνση νεκρών κερατινοκυττάρων και τον αποχρωματισμό επιφαι-

νειακών κηλίδων, προσφέρεται με έκπτωση 20% για τον καταναλωτή, ενώ ο φαρμακοποιός στα 3 πακέτα παίρνει ένα πακέτο δώρο.

Ειδικότερα, για τη λεύκανση και περιποίηση των χεριών προτιμήστε το πακέτο που περιλαμβάνει τη SPOT END Hand Cream SPF 15 και την πολυδύναμη λευκαντική κρέμα τοπικής εφαρμογής για άμεση και ταχεία δράση SPOT END Corrective με έκπτωση 20% για τον καταναλωτή, ενώ ο φαρμακοποιός στα 3 πακέτα παίρνει ένα πακέτο δώρο.

Από τη **Frezyderm**, τηλ: 210 5246900

## DERM AOX της La Roche Posay

**Καινοτομία στην Αντιγήρανση**

Κύριος μηχανισμός της ενδογενούς γήρανσης είναι η γλυκοζυλίωση των ιστών (δηλαδή η αλλοίωση των πρωτεϊνών του δέρματος από τη γλυκόζη), ενώ της εξωγενούς γήρανσης είναι η οξείδωση των κυττάρων, μια μη αναστρέψιμη διαδικασία φθοράς. Το δέρμα χάνει την ελαστικότητά του και εμφανίζονται ρυτίδες και υπερχρωματικές κηλίδες από τον ήλιο.

Η νέα σειρά αντιγήρανσης DERM AOX της La Roche Posay προσφέρει διπλή δράση:

1. Προστασία των ιστών χάρη στην Καρνοσίνη που αδρανοποιεί τη διαδικασία της γλυκοζυλίωσης σε συνδυασμό με τη Βιταμίνη C.
2. Προστασία των κυττάρων χάρη στη Πικνογενόλη, εκχύλισμα θαλάσσιας πεύκης και ισχυρό αντιοξειδωτικό, σε συνδυασμό με τις Βιταμίνες E και C.

Η νέα σειρά DERM AOX με ιαματικό νερό της La Roche-Posay περιλαμβάνει τα προϊόντα:

- DERM AOX SERUM Εντατικός Αντιρυτιδικός Ορός Λάμψης: Πολύ λεπτή, μη λιπαρή υφή, που απορροφάται αμέσως από το δέρμα. Το πρόσωπο αποκτά αμέσως λάμψη και οι ρυτίδες λειαίνονται.
- DERM AOX Καθημερινή Αντιρυτιδική Φροντίδα Επανόρθωσης και Λάμψης: Επανορθώνει τις ρυτίδες, χαρίζει λάμψη, προστατεύει από την ακτινοβολία UVA και UVB (SPF 10, PPD 10). Σε 2 υφές: για Ήληρη και ευαίσθητη επιδερμίδα και για Μικτή ή κανονική και ευαίσθητη επιδερμίδα.

Από την **Cosmetique Active**, τηλ: 210 6188900, [www.laroche-posay.com](http://www.laroche-posay.com)





## NUXE

«Η ομορφιά είναι στη φύση μας»



Πρόσφατα λανσαρίστηκε στην Ελλάδα η γαλλική σειρά καλλυντικών NUXE (από τις γαλλικές λέξεις nature και luxe που σημαίνουν φύση και πολυτέλεια) με βάση τη φυτοθεραπεία και την αρωματοθεραπεία.

Η NUXE είναι μια μοναδική μάρκα γιατί:

- Συνδυάζει τη Φύση, την Αποτελεσματικότητα και τον Αισθησιασμό
- Προσφέρει προϊόντα με άριστη σχέση υψηλής ποιότητας και τιμής
- Απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες και δημιουργεί πιστούς καταναλωτές.
- Η φιλοσοφία της είναι «Η ΟΜΟΡΦΙΑ ΕΙΝΑΙ ΣΤΗ ΦΥΣΗ ΜΑΣ»

Η NUXE εγγυάται για τη σύνθεση των προϊόντων της:

- Την καλύτερη δυνατή περιεκτικότητα σε αγνά ενεργά συστατικά
- Τιτλοδοτημένα εκχυλίσματα ενεργών συστατικών, τα οποία έχουν επιβεβαιωθεί μέσω δοκιμών
- Αποκλειστικά, αθλή και πολλά πατενταρισμένα ενεργά συστατικά
- Περισσότερες από 25 πατέντες προς έγκριση.

Κάθε προϊόν Nuxe είναι μοναδικό στο χώρο των δερμοκαλλυντικών και προσφέρει εξαιρετική ευχαρίστηση και απόλαυση, γιατί διαθέτει αισθησιακή και μοναδική υφή, εξάισιο άρωμα και μαγευτική και πρωτότυπη ονομασία (Huile Prodigieuse®, Crème Fraîche®, Crème Nirvanesque® κ.λπ.).

Η σειρά αποτελείται από:

ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΠΡΟΣΩΠΟΥ, ΣΕΙΡΑ ΛΑΜΨΗΣ - Prodigieux®  
ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΣΩΜΑΤΟΣ - Tonific®, ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΠΡΟΣΩΠΟΥ & ΣΩΜΑΤΟΣ - Rêve de Miel®.

Από τον Όμιλο Alapis, τηλ: 801 11 12345,  
[www.alapis.eu](http://www.alapis.eu)

## Σérénage από την Avène

για το ώριμο δέρμα

Βασισμένα στην 15χρονη εμπειρία τους στην αντιγήρανση, τα Δερματολογικά Εργαστήρια Avène, δημιούργησαν μια εξειδικευμένη φροντίδα ειδικά αφιερωμένη στις ανάγκες του ώριμου δέρματος. Η κρέμα ημέρας **Sérénage** για θρέψη και πυκνότητα, είναι σχεδιασμένη για να απαντήσει με ακρίβεια στις ανάγκες του ώριμου δέρματος και προσφέρει μέρα τη μέρα πυκνότητα, ζωντάνια και άνεση στο δέρμα. Το δέρμα ξαναβρίσκει τη δύναμη και τη σφριγηλότητά του.



Η κρέμα ημέρας Sérénage συνδυάζει 3 δραστικά συστατικά - παραγωγούς και 52% Ιαματικό Νερό της Avène:

- Το νέο δραστικό συστατικό - παραγωγός, η Γλυκοεόλη, τρέφει εντατικά και σε συνεχή βάση, προστατεύει και διατηρεί τη λειτουργία φραγμού, διότι επιταχύνει τη σύνθεση των λιπιδίων από το δέρμα. Χάρη στη «δράση αποθήκης», απελευθερώνει συνεχώς στο δέρμα τα θρεπτικά συστατικά που αυτό χρειάζεται, με απόλυτα φυσιολογικό τρόπο.

- Καινοτόμο δραστικό συστατικό - παραγωγός, τα HAF προσφέρουν πυκνότητα στο δέρμα. Τα αποκλειστικά κλάσματα υαλουρονικού οξέος με ειδικό και ελεγχόμενο μέγεθος (HAF), εγγυώνται άριστη απορρόφηση από το δέρμα και αντιγηραντική δράση. Αποτέλεσμα: Η θεμέλια ουσία του δέρματος αναγεννάται και ο συνδεδεμένος ιστός στήριξης του ώριμου δέρματος γίνεται πιο πυκνός.

- Τρίτο δραστικό συστατικό - παραγωγός, το Προ-τοκοφερόλη, μετατρέπεται σε τοκοφερόλη (Βιταμίνη E) για ισχυρή προστατευτική δράση κατά του οξειδωτικού στρες, υπεύ-

θυνο για την κυτταρική γήρανση. Με δίστιβες ειδικές χρωστικές που χαρίζουν νεανικότητα και λάμψη στο δέρμα και Ιαματικό Νερό της Avène, φυσικά καταπραυντικό και αντι-ερεθιστικό, η Sérénage είναι μια εξειδικευμένη καλλυντική φροντίδα που προσφέρει πυκνότητα, ζωντάνια και άνεση στο ώριμο δέρμα.

Από την **Pierre Fabre Hellas AE, Λεωφ. Μεσογείων 350, Αγ. Παρασκευή, τηλ: 210 7715353**

## TERPROLINE EGF

Η καινοτομία στη μάχη με την αντιγήρανση!

Η Synchroline καινοτομεί και προτείνει την επιστημονική και αποτελεσματική λύση για άμεσο και ορατό αποτέλεσμα. Η **Terproline EGF** συνδυάζει τα συστατικά της Terproline που προσφέρουν αυξημένη ελαστικότητα και σύσφιξη, με τον παράγοντα EGF (Epidermal Growth Factor) που ενεργοποιεί τον πολλαπλασιασμό των επιδερμικών κυττάρων, αναπληθύνοντας και βελτιώνοντας την όψη της επιδερμίδας. Έτσι η υφή της γίνεται πιο λεία και απαλή, το χρώμα της πιο ομοιόμορφο ενώ απαλύνονται οι γραμμές έκφρασης και οι ρυτίδες. Αποκλειστικά στα φαρμακεία.



Από την **Κ.Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε.Β.Ε. Τηλ: 210 6626201-7, [info@costaspapaellinas.gr](mailto:info@costaspapaellinas.gr)**

Δαμάστε  
το χρόνο

# Sérénage

Κρέμα ημέρας για θρέψη και πυκνότητα

Με την κρέμα ημέρας *Sérénage*  
Ξαναδώστε πυκνότητα, ζωντάνια  
και άνεση στο δέρμα σας.  
Δαμάστε το χρόνο.



ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ  
**ΑΝΤΙΓΗΡΑΝΣΗ**  
ΩΡΙΜΟ ΔΕΡΜΑ

Απακλειστικά Κλάσματα  
Υαλουρονικού Οξέος,  
για πυκνότητα

Γλυκαλεόλη,  
για θρέψη

Προ-τοκοφερόλη,  
για εξουδετέρωση των  
ελευθέρων ριζών

EAU THERMALE  
**Avène**



## LIFTACTIV RETINOL HA NIGHT

**Η Vichy δημιουργεί το πρωτόκολλο γεμίσματος για όλες τις ρυτίδες**

Για 1η φορά η Vichy δημιουργεί ένα προϊόν περιποίησης νυκτός με τη δύναμη μιας μοναδικής σύνθεσης που συνδυάζει 3 τύπους νέας γενιάς υαλουρονικού οξέος και νέας γενιάς συνδυασμό Ρετινόλης με Αδενοσίνη για ενισχυμένη δράση με διάρκεια.

Η NEA Liftactiv Retinol HA Night, έχει στοχευμένη δράση σε όλους τους τύπους ρυτίδων (ηρωτογενείς, αναστρέψιμες και μόνιμες) και αποτέλεσμα γεμίσματος από το 1ο πρωινό. Διαθέτει ένα σύστημα υψηλής προστασίας που διατηρεί την ακεραιότητα της σύνθεσης καθώς και NEA βελτιωμένη αντιλία πολλαπλής κατεύθυνσης για βέλτιστη δόση δραστικών συστατικών και απόλυτα πρακτική χρήση. Με «ενεργή» και ευχάριστη υφή προσφέρει στην επιδερμίδα συγχρόνως: θρέψη, λείανση, φρεσκάδα και ενυδάτωση.

Μεταξύ του 1ου και 2ου μήνα χρήσης του προϊόντος παρατηρείται 100% βελτίωση με δράση που παραμένει 4 εβδομάδες μετά το τέλος της θεραπείας. Οι ρυτίδες «γεμίζουν», η επιδερμίδα γίνεται πιο λεία, ενώ παρατηρείται βελτίωση κυτταρικής μορφολογίας και πολλαπλασιασμού.

*Από την Cosmétique Active, τηλ: 210 6688900*

## NEA RoC Complete Lift με τεχνολογία διπλής δράσης κατά της χαλάρωσης

Η RoC αποκαλύπτει τη γυναικεία ομορφιά με τη βοήθεια της επιστήμης και δημιουργεί μια νέα σειρά αντιγήρανσης με τεχνολογία διπλής δράσης κατά της χαλάρωσης. Η σύνθεση των προϊόντων της σειράς RoC CompleteLift προσφέρει την αποκλειστική συνέργεια 2 συστατικών: THPE & Bugrane.

Ο παράγοντας THPE- Tétrahydroxylpropyl Ethylènediamine – κατοχυρωμένη ευρεσιτεχνία με δράση που εστιάζει στη σύσφιξη της επιδερμίδας, διεγείρει τη σύσπαση των κερατινοκυττάρων και αυξάνει τη σφριγηλότητά της. Η επιδερμίδα αναζωογονείται και τα χαρακτηριστικά του προσώπου ανορθώνονται.

Το Bugrane, εκχύλισμα από το φυτό Ononis spinosa (Bugrane), συντίθεται κυρίως από πολυφενόλη που δρα στο μεταβολισμό των ινοβλαστών και έχει δείξει ενεργή δράση στη σύνθεση ελαστίνης. Η πυκνότητα της επιδερμίδας ενισχύεται και η υφή της γίνεται πιο απαλή και λεία.

Τα προϊόντα της σειράς RoC CompleteLift είναι:

Κρέμα lifting ημέρας CompleteLift, Κρέμα lifting νύχτας CompleteLift,  
Κρέμα lifting ημέρας για ξηρές επιδερμίδες CompleteLift,  
Δραστικός Ορός άμεσου lifting CompleteLift, - Στυλό ματιών lifting CompleteLift  
Κρέμα ματιών lifting CompleteLift.

*Από την Johnson® Johnson Hellas, τηλ: 210 6875790*



## ΚΟΡΡΕΣ χρώμα LIP BUTTER ΔΑΜΑΣΚΗΝΟ / MANGO / ΓΙΑΣΕΜΙ



Πουλώντας ένα Κορρές Lip Butter κάθε λεπτό ανά τον κόσμο, δεν αποτελεί έκπληξη ότι το μενού των, εθιστικών πλιέον, balms εμπλουτίζεται με τρεις νέες «γεύσεις». Δαμάσκηνο, Mango και Γιασεμί που έρχονται να προστεθούν στη best-seller τετράδα που περιλαμβάνει ήδη τα Lip Butters Άγριο Τριαντάφυλλο, Ρόδι, Κυδώνι και Guava.

Τα Lip balm, πλούσια σε φυτικά βούτυρα, προσφέρουν λαμπερό αποτέλεσμα και ενισχύουν το χρώμα των χειλιών. Ο συνδυασμός του βουτύρου Karité με το φυτικό κηρό από ρύζι, μαλακώνει τα χείλη και προσφέρει βαθιά ενυδάτωση. Ιδανικό για «σκασμένα» χείλη.

Δερματολογικά ελεγχμένα. Χωρίς parabens, σιλικόνες, mineral oils, προπιληνογλυκόλη, αιθανοθαμίνες.

*Από την Κορρές Φυσικά Προϊόντα,  
τηλ: 22620 54552*



Η Vichy δημιουργεί  
την Αναδόμηση των Ιστών\*,

Αναδομεί τις βαθύες τις επιδερμίδες σε 10 ημέρες. \*Τα αποτελέσματα

## NEOVADIOL Gf

ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΠΥΚΝΟΤΗΤΑΣ  
ΚΑΙ ΑΝΑΔΟΜΗΣΗΣ ΤΩΝ ΒΕΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΑΣ

Neovadiol Gf. Αποτελεσματική αντιμετώπιση των βαθύων ρυτίδων και της χαλαρότητας της επιδερμίδας.



Το δέρμα είναι  
συνθλιβόμενο.



Η χαλάρωση του  
λεπτού ρυτίδων.



Το δέρμα είναι  
προσφιλέπι αναδομείται.

\*Αποτελέσματα κλινικών δοκιμών.

Εμφανίζεται το φαρμακείο σας.



Η ΥΓΕΙΑ ΕΙΝΑΙ ΟΜΟΡΦΗ

# VICHY

LABORATOIRES

www.vichy.com

## ΑΕΡΙΝΑΖΕ για τη ρινική αποσυμφόρηση

από την Schering-Plough



Το ΑΕΡΙΝΑΖΕ περιέχει δύο δραστικές ουσίες: Τη δεσλοραταδίνη, που είναι αντιισταμινικό και την ψευδοεφεδρίνη, που είναι ρινικό αποσυμφορητικό, σε δισκία ελεγχόμενης αποδέσμευσης.

Η δεσλοραταδίνη παρέχει ισχυρή αναστολή της ισταμινικής, αλλεργικής και φλεγμονώδους απόκρισης με αποδεδειγμένη ανακούφιση των συμπτωμάτων της αλλεργικής ρινίτιδας.

Η ψευδοεφεδρίνη διεγείρει τις νευρικές απολήξεις, που αποδεσμεύουν νοραδρεναλίνη με αποτέλεσμα τη μείωση του οιδήματος του ρινικού βλεννογόνου και τη μικρότερη παραγωγή βλήννας. Στο ΑΕΡΙΝΑΖΕ, ο συνδυασμός των 2 ουσιών προσφέρει 25% ισχυρότερη ανακούφιση στο σύμπτωμα της ρινικής αποσυμφόρησης, απ' ό,τι η δεσλοραταδίνη ή η ψευδοεφεδρίνη μόνη της.

Η συνιστώμενη δόση του ΑΕΡΙΝΑΖΕ είναι 1 δισκίο, 2 φορές την ημέρα, με ή χωρίς τροφή, για ενήλικες και εφήβους άνω των 12 ετών.

Το ΑΕΡΙΝΑΖΕ έχει ευνοϊκό προφίλ ασφάλειας και είναι καλά ανεκτό.

Βιβλιογραφία: 1. Baena-Cagnani CE. Desloratadine activity in concurrent seasonal allergic rhinitis and asthma. *Allergy*. 2001;56:21-27. 2. Περίληψη χαρακτηριστικών προϊόντος. 3. Chervinsky P, Nayak A, Rooklin A, Danzig M. Efficacy and safety of desloratadine/pseudoephedrine tablet, 2.5/120 mg two times a day, versus individual components in the treatment of patients with seasonal allergic rhinitis. *Allergy Asthma Proc*. 2005;26:391-396. 4. Data on file. Schering Corporation. 5. Schenkel E. Combining desloratadine and pseudoephedrine in the treatment of seasonal allergic rhinitis. *Expert Rev Clin Immunol*. 2006;2:519-531.

**Schering-Plough**

Από την Schering-Plough, Αγ. Δημητρίου 63,  
174 55 Άλιμος, Τηλ.: 210 989 7383  
[www.schering-plough.com](http://www.schering-plough.com)

## Νέα σειρά μεσοδοντίων INADEN®

και Νέα λευκαντική οδοντόβουρτσα INADEN® White



Η εταιρεία Arriani Pharmaceuticals SA παρουσιάζει στην Ελλάδα τη νέα, προηγμένη σειρά μεσοδοντίων INADEN®. Η σειρά περιλαμβάνει 8 μεσοδόντια βουρτσάκια διαφορετικού χρώματος για εύκολη επιλογή του κατάλληλου μεγέθους και κάλυψη όλων των αναγκών. Όλα έχουν ευλύγιστη λαβή για μεγαλύτερη αντοχή και καλύτερη πρόσβαση, σύρμα με επένδυση πλαστικού για απαλό και ασφαλές καθάρισμα χωρίς να τραυματίζει και άνετο κράτημα για τέλειους χειρισμούς.

Παράλληλα η εταιρεία, συμπληρώνοντας την ήδη υπάρχουσα σειρά οδοντοβουρτσών INADEN®, παρουσιάζει και τη νέα λευκαντική οδοντόβουρτσα INADEN® White, πρωτοποριακή, για χαμόγελο αστραφτερό. Χάρη στο συνδυασμό των μηλε κόκκων και των μικρών ελαστικών πτερυγίων, που βρίσκονται μέσα στους θυσάνους της οδοντόβουρτσας, τα δόντια αποκτούν μια πρωτόγνωρη λευκή όψη.

Οι μηλε κόκκοι καθαρίζουν όλες τις χρωστικές των τροφών και τα μικρά ελαστικά πτερύγια γυαλίζουν τις επιφάνειες των δοντιών, για ένα μοναδικό αποτέλεσμα. Η INADEN® White διατίθεται σε 2 σκληρότητες και 4 υπέροχα χρώματα.

Από την **ΑΡΡΙΑΝΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΑΕ**, Τηλ: 210 6683000



## Lactoflora Εξουδετερώστε τους εισβολείς!

Το Lactoflora είναι το πρώτο προβιοτικό που συνδυάζει την δράση των *S. Boulardii*, *Lactobacillus* & *Bifidobacterium* και το οποίο: Συμβάλλει στην αποκατάσταση και ρύθμιση της εντερικής χλωρίδας και

- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως επικουρική αγωγή σε περιπτώσεις αντιβιοτικής θεραπείας.

- Μπορεί να χορηγηθεί είτε σε άτομα που πάσχουν από εντερικές διαταραχές για την εξάλειψη των συμπτωμάτων,

είτε σε συνδυασμό με την αντιβιοτική αγωγή για την αποφυγή της διάρροιας. Ακόμα, είναι χρήσιμο σε

άτομα που ταξιδεύουν σε χώρες του τρίτου κόσμου και σε όσους ταλαιπωρούνται από μετεωρισμούς και κοιλίτιδες.

Το Lactoflora λαμβάνεται από το στόμα και διατίθεται μόνο στα φαρμακεία σε συσκευασία των 20 καψακίων φυτικής προέλευσης.

Από την **ΠΙΝΓ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ ΑΕΒΕ**, τηλ: 210 8194450-581-423



## Η αυθεντική προστασία!

Σε μία εποχή που η ανησυχία για τη νέα γρίπη αυξάνεται μέρα με τη μέρα, είναι επιτακτική ανάγκη η προστασία από μικρόβια και ιούς.

Το Betadine, το Νο 1 αντισηπτικό, είναι η αποτελεσματική λύση για την προστασία από τον κίνδυνο μετάδοσης ιών και μικροβίων.

Η αποτελεσματικότητα του Betadine βασίζεται στην ισχυρή μικροβιοκτόνο δράση της ιωδιούχου ποβιδόνης που περιέχει στη σύνθεσή του, η οποία αδρανοποιεί, προλαμβάνει και περιορίζει τη μετάδοση των λοιμώξεων.

Η διεθνής καταξίωσή του στον ιατρικό κόσμο αλλά και τους καταναλωτές

οφείλεται στα μοναδικά χαρακτηριστικά του, τα οποία το αναδεικνύουν ως το ιδανικό αντισηπτικό: Άμεση, διαρκής και πλήρης μικροβιοκτόνος δράση έναντι όλων των παθογόνων μικροοργανισμών. Δεν δημιουργεί ανοχή. Δεν προκαλεί ερεθισμό, καθώς το pH του διαλύματος προσεγγίζει το φυσιολογικό pH του δέρματος.

Η ολοκληρωμένη σειρά Betadine καλύπτει πλήρως όλες τις ανάγκες αντισηψίας.

Από τη Lavipharm, Τηλ. 2106691000

## Sinomarin®

**Ανοιχτή μύτη, ελεύθερη αναπνοή!**

Το Sinomarin® υπέρτονο διάλυμα θαλασσινού νερού αποτελεί την ιδανική και φυσική λύση για την αποσυμφόρηση της βουλωμένης μύτης, χάρη στην περιεκτικότητά του σε χλωριούχο νάτριο (2,3%). Είναι κατάλληλο για όλη την οικογένεια και διατίθεται στις παρακάτω συσκευασίες: Mini spray των 30 ml (συσκευασία τσέπης, για ενήλικες, παιδιά και βρέφη άνω των 6 μηνών).

36 πλαστικές αμπούλες των 5 ml (για βρέφη και παιδιά).

Spray Παιδικό των 100 ml (για παιδιά και βρέφη άνω των 6 μηνών).

Spray Ενηλίκων των 125 ml (για ενήλικες και παιδιά άνω των 6 ετών).

Το Sinomarin είναι ιατροτεχνολογικό προϊόν σύμφωνα με τις διατάξεις της οδηγίας 93/42 της Ευρωπαϊκής Ένωσης και προστατεύεται από διεθνή διπλώματα ευρεσιτεχνίας.

Από την ΠΙΝΓ ΓΕΡΟΥΛΜΑΤΟΣ ΑΕΒΕ, τηλ: 210 8194450



## ORTIS PROPEX

**Η φυσική λύση για κάθε μορφή κρυολογήματος!**



Η νέα σειρά Propex της εταιρείας Ortis, με πέντε νέους κωδικούς, αποτελεί το σύμμαχό μας για την αντιμετώπιση των πρώτων συμπτωμάτων κρυολογήματος και την ενίσχυση της φυσικής άμυνας του ανοσοποιητικού συστήματος. Πρόκειται για 100% φυσικές λύσεις, χωρίς συντηρητικά, χρωστικές ύλες ή πρόσθετη ζάχαρη και είναι προϊόντα κατάλληλα για όλη την οικογένεια.

**Φραγμένη αναπνευστική οδός:** Φλέγματα; Παραγωγικός Βήχας; Το NEO σιρόπι Propex Fluidity με πρόπολη, σαμπούκο, ευκάλυπτο, θυμάρι και πεύκο, ανακουφίζει την ερεθισμένη αναπνευστική οδό, βοηθά τη ρευστοποίηση των εκκρίσεων και διευκολύνει την απόχρεμψη.

**Ερεθισμένη αναπνευστική οδός:** Ξηρός συνεχής βήχας; Βράχνιασμα;

Το NEO σιρόπι Propex Comfort με πρόπολη, σαμπούκο, παπαρούνα, δροσέρα, έρπηλο και ερύσιμον, ανακουφίζει την ερεθισμένη αναπνευστική οδό, καταπραΰνει το συνεχή βήχα, μαλακώνει τον ευαίσθητο λαιμό και καθαρίζει τη φωνή από το βράχνιασμα.

**Αδύναμο ανοσοποιητικό σύστημα:** Κούραση; Ενδείξεις κρυολογήματος;

Οι NEEΣ ταμπλέτες Propex Immuno με «ινδική εχινάκεια», σαμπούκο, ασερόλα, βιταμίνη E, ψευδάργυρο και σελήνιο, προλαμβάνουν το κρυολόγημα και ενισχύουν την αντίσταση και τη φυσική άμυνα του οργανισμού.

**Τα πρώτα ρίγη:** Εναλλαγή ζέστης – κρύου; Αίσθημα κόπωσης;

Οι NEEΣ ταμπλέτες Propex Express με «ινδική εχινάκεια», ελεutherόκοκκο, πρόπολη, ασερόλα, βιταμίνη E, ψευδάργυρο και σελήνιο, αντιμετωπίζουν τα πρώτα συμπτώματα του κρυολογήματος και την κούραση που σχετίζεται με αυτά, ενεργοποιούν και ενισχύουν τις φυσικές άμυνες του οργανισμού, διατηρούν την καλή φυσική κατάσταση καθόλη τη διάρκεια του χειμώνα.

**Ερεθισμένος λαιμός:** Κνησμός; Βράχνιασμα;

Το NEO σπρέι Propex X-Spray με πρόπολη, σαμπούκο, αιθέρια έλαια ευκαλύπτου και θυμαριού, καταπραΰνει, μαλακώνει και ανακουφίζει τον ερεθισμένο λαιμό ενώ μειώνει την αίσθηση κνησμού.

Από την Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ τηλ 2106173105

# καλό χειμώνα

**ισχυρό  
ανοσοποιητικό**

**SOLGAR**  
Est. 1947  
Η ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΜΑΤΡΟΝΗΣ



## **ECHINACEA/GOLDENSEAL/CAT'S CLAW COMPLEX**

Ισχυρή προστασία από τη φύση

Μοναδικός συνδυασμός των 3 πιο αποτελεσματικών βοτάνων για την ενίσχυση του ανοσοποιητικού συστήματος. Η **Εχινόκεια**, γνωστή και ως το φυσικό αντιβιοτικό, δρα κατά των βακτηρίων και των ιών, καθαρίζει το αίμα και διεγείρει την άμυνα του οργανισμού, το **Goldenseal** παρουσιάζει αντιμικροβιακές και αντισηπτικές ιδιότητες και το **Cat's Claw** με τις **αντιοξειδωτικές** ιδιότητες και την **αντιφλεγμονώδη** δράση του μπορεί να προστατεύσει από μολύνσεις, περιβαλλοντικές τοξίνες και ρύπους. Πολύτιμος σύμμαχος στην πρόληψη του κρυολογήματος και της γρίπης, αλλά παράλληλα χρήσιμο και σε περιπτώσεις μολύνσεων του αναπνευστικού και των μολύνσεων γενικά.



## **ESTER-C PLUS 500mg**

Η δυνατή βιταμίνη C

Όλοι γνωρίζουν τα οφέλη της βιταμίνης C και τη συνεισφορά της στην άμυνα του οργανισμού. Λίγοι γνωρίζουν όμως πόσο εύκολα καταστρέφεται και πόσο λίγη τελικά απομένει στις τροφές μέχρι την κατανάλωσή τους. Ακόμα λιγότεροι γνωρίζουν την Ester C, μία πρωτοποριακή μορφή βιταμίνης C από τη Solgar η οποία περιλαμβάνει και τους μεταβολίτες της, έχει δε αμεσότερη και αποτελεσματικότερη απορρόφηση από τον οργανισμό.



**ISO-PLUS** Α.Ε.  
προτείνει...φυσικά!

ΑΘΗΝΑ: 210 95 79 707 - FAX: 210 95 72 169 • e-mail: info@iso-plus.gr, www.iso-plus.gr



TRIOVIA

## Tiger Balm Plaster

Η συνταγή που ξεχωρίζει για μυϊκούς πόνους και ταλαιπωρημένες αρθρώσεις



Το Tiger Balm βασίζεται σε μια μοναδική παραδοσιακή

συνταγή της αρχαίας Κίνας για την καταπολέμηση του πόνου. Αυτή η ξεχωριστή συνταγή βρίσκεται κρυμμένη στο έμπλαστρο προηγμένης τεχνολογίας **Tiger Balm Plaster** που ανακουφίζει γρήγορα και καταπραΰνει τους πονεμένους μύς και τις δύσκαμπτες αρθρώσεις.

Το Tiger Balm Plaster διαθέτει ένα μοναδικό συνδυασμό επιλεγμένων φυσικών συστατικών, όπως μέντα, ευκαλιπττέλαιο, μενθόλη και κάμφορα, τα οποία βρίσκονται σε μορφή υδρογέλης για να διαχέονται γρήγορα στην πάσχουσα περιοχή, προσφέροντας άμεση ανακούφιση που διαρκεί πολλές ώρες.

Η κάθε συσκευασία, αεροστεγώς κλεισμένη σε φύλλο αλουμινίου περιέχει 3 έμπλαστρα και 3 βοηθητικά επικολλητικά επιθέματα.

Το έμπλαστρο Tiger Balm, πρέπει να εφαρμοσθεί σε στεγνή και καθαρή περιοχή, αφού αφαιρεθεί η προστατευτική μεμβράνη, χωρίς να το τεντώνετε και στη συνέχεια καλύπτετε το έμπλαστρο με το ειδικό επικολλητικό επίθεμα για πιο ισχυρό κράτημα στο δέρμα.

Από την **Olvos Science**, τηλ: 210 5281850

## Frezylac

Η πρώτη σειρά Βιολογικής Βρεφικής Διατροφής από τη Frezyderm

Η Frezyderm, πρωτοπόρος εταιρεία στη βρεφική φροντίδα, εισάγει στην Ελλάδα τη Βιολογική Βρεφική Διατροφή, παρουσιάζοντας το πρώτο βιολογικό βρεφικό γάλα Frezylac, αποκλειστικά στα Φαρμακεία και είναι εγκεκριμένο από τον ΕΟΦ και πιστοποιημένο από την ΕΕ. Το **Frezylac** είναι πλήρως εναρμονισμένο με τη νομοθεσία βρεφικού γάλακτος, εξασφαλίζοντας έτσι την άριστη ποιότητά του καθώς και την υψηλή διατροφική του αξία, ενώ παρατηρούνται λιγότερα περιστατικά αλλεργιών και ατοπικής δερματίτιδας.

Χάρη στα βιολογικά οργανικά συστατικά του, αποτελεί μια άριστης ποιότητας θρεπτική τροφή που συμβάλλει στη σωστή ανάπτυξη του βρέφους. Η εμπλουτισμένη σύνθεσή του με πρωτεΐνες, υδατάνθρακες, βιταμίνες και ιχνοστοιχεία, δημιουργεί ένα αίσθημα κορεσμού στο μωρό, ενώ παράλληλα ενισχύει την καλή λειτουργία του γαστρεντερικού συστήματος, αποτρέποντας ενοχλητικές δυσλειτουργίες, όπως η διάρροια ή η δυσκοιλιότητα, ο κολλικός και τα αέρια.

Η σειρά Frezylac περιλαμβάνει τρία γάλατα, το καθένα κατάλληλο για κάθε στάδιο ανάπτυξης του βρέφους, το Frezylac 1, για βρέφη από τη γέννηση τους έως τον 6ο μήνα, το Frezylac 2, από τον 6ο έως το 10ο μήνα και το Frezylac 3, το οποίο είναι κατάλληλο για βρέφη από το 10ο - 12ο μήνα.

Από τη **Frezyderm**, τηλ: 210 5246900



## Microbend

Καθημερινή απολυμαντική προστασία, παντού και πάντα

Η Pami Enterprises Hellas, μια αμιγώς ελληνική εταιρεία με παραφαρμακευτικά προϊόντα και με μακρόχρονη εμπειρία στην παρασκευή απολυμαντικών προϊόντων παρουσιάζει τη νέα της σειρά καθημερινής υγιεινής και απολύμανσης Microbend ως ασπίδα προστασίας σε ένα ευρύ φάσμα μικροοργανισμών, ιών και βακτηρίων.

Η σειρά περιλαμβάνει:

Απολυμαντικό spray για χώρους επιφάνειες και αντικείμενα

Αντισηπτικό gel χεριών

Αντισηπτικό κρεμοσάπουνο

Απολυμαντικά μαντηλάκια

Μαντηλάκια υγιεινής για παιδιά

Με έγκριση κυκλοφορίας του ΕΟΦ.

Από την **Pami Enterprises Hellas**, τηλ: 210 8953619



## Νέο RONALIN BEBE NASAL KIT

από την **OLVOS SCIENCE**

Κυκλοφόρησε πρόσφατα στη φαρμακευτική αγορά το νέο ολοκληρωμένο σύστημα ρινικής αποσυμφόρσης Ronalin Bebe Nasal Kit.

Πρόκειται για ένα καινοτόμο σύστημα για τον καθαρισμό και την αποσυμφόρση της μύτης των βρεφών και των παιδιών, μέσω του οποίου επιτυγχάνεται η αποτελεσματικότερη έκπλυση της μύτης, η ρευστοποίηση της παχύρευστης βλήννας και η πλήρης απομάκρυνση των ρινικών εκκρίσεων.

Η νέα συσκευασία **Ronalin bebe Nasal kit** αποτελείται από 20 αμπούλες αποστειρωμένου φυσιολογικού ορού μιας χρήσεως των 5 ml και από μια καινοτόμο ρινική συσκευή καθαρισμού και αποσυμφόρσης με τη μορφή ρινικής σύριγγας, που είναι η μοναδική με διπλή χρήση, τόσο για την έκχυση του φυσιολογικού ορού στη μύτη, όσο και για την αναρρόφηση της περίσσειας βλήννας. Χρησιμοποιείται εύκολα με χειροκίνητη και όχι από του στόματος χρήση. Αποστειρώνεται και δεν χρειάζεται ανταλλακτικά. Αποτρέπει τη μετάδοση ιώσεων.

Από την *Olvos Science*, τηλ: 210 5281850



## Ultimate Bone Support

Η απόλυτη στήριξη των οστών μας από τη **SOLGAR**

Η νέα ανανεωμένη φόρμουλα της Solgar ειδικά για την ενδυνάμωση και τη διατήρηση υγιών οστών!

Το **Ultimate Bone Support** παρέχει στον οργανισμό τα απαραίτητα για την υγεία των οστών θρεπτικά στοιχεία: Ασβέστιο, μαγνήσιο, βιταμίνη K2, βόριο, ψευδάργυρο, μαγγάνιο και χαλκό. Ενισχυμένο με επιπλέον βιταμίνη D3. Προσφέρει αποτελεσματική προστασία και ενδυνάμωση των οστών, ενώ τα μέταλλα που περιέχονται στη σύνθεση -ψευδάργυρος, χαλκός, μαγγάνιο, βόριο- είναι παρασκευασμένα από τα εργαστήρια της Albion που διαθέτει τη μοναδική πατέντα για την παρασκευή χηλικών και άρα πιο βιοδιαθέσιμων μετάλλων στον κόσμο.

Το προϊόν είναι ιδιαίτερα χρήσιμο σε καταστάσεις οστεοπόρωσης και καταγμάτων, αλλά και σε όσους θέλουν να φροντίζουν προληπτικά για την καλή υγεία και διατήρηση γερών οστών!

Διαθέτει πιστοποίηση Kosher και είναι ελεύθερο γλυουτένης. Εισάγεται συσκευασμένο από τις ΗΠΑ.

Από την *ISO-PLUS AE*, τηλ: 210 9579 707, [www.iso-plus.gr](http://www.iso-plus.gr)



## KIDS IMMUNE BOOSTER

για γερά παιδιά

Λόγω της αυξημένης επαφής τους με τα μικρόβια, τα παιδιά έχουν αυξημένη ανάγκη προστασίας και άριστης λειτουργίας του ανοσοποιητικού τους συστήματος. Το φυσικό προϊόν KIDS IMMUNE BOOSTER επιτελεί κατά τον καλύτερο τρόπο το ρόλο αυτό. Περιέχει βιταμίνη A (βήτα καροτίνη), βιταμίνη C, βιταμίνη E, ψευδάργυρο και ένα μοναδικό βοτανικό μίγμα από ζυμωμένο - συμπυκνωμένο χυμό σταφυλιού (χωρίς αλκοόλη), πράσινο τσάι (χωρίς καφεΐνη), κουρκουμά, σκόρδο (άοσμο), φύλλο ελιάς. Επιπλέον, το ανοσοενισχυτικό μανιτάρι shiitake και γαλακτοβάκιλλο οξεόφιλο για υγιή εντερική χλωρίδα και άριστη απορρόφηση των θρεπτικών συστατικών.

Σε υποαλλεργικές μασώμενες ταμπλέτες - ζακάρια με θαυμάσια γεύση τροπικών φρούτων.

Από τη *Natural Plus AE*,  
τηλ: 210 6134604,  
[www.naturesplus.com](http://www.naturesplus.com)



# Νέες υπηρεσίες, νέοι ορίζοντες για τα φαρμακεία

**ΙΤΑΛΙΑ** Το φαρμακείο θα μπορεί να είναι ένα κέντρο πρώτων βοηθειών



Μια μικρή επανάσταση, με την καλή έννοια, περιμένει τα 17.600 ιταλικά φαρμακεία.

Αρχές του περασμένου Οκτωβρίου η κυβέρνηση Μπερλουσκόνι ενέκρινε ένα σχέδιο μεταρρύθμισης για τα φαρμακεία, με στόχο ούτε λίγο ούτε πολύ να μετατραπούν σε ένα πραγματικό κέντρο πρώτων βοηθειών. Αυτό το σχέδιο νόμου -που θα πρέπει να γίνει αποδεκτό και από τη Βουλή- προβλέπει να αποσυμφορήσει τις υγειονομικές υπηρεσίες του κράτους, επεκτείνοντας τις αρμοδιότητες και λειτουργίες του φαρμακοποιού. Παράδειγμα, με την εντολή ιατρού να γίνεται στο φαρμακείο τακτικός έλεγχος της αρτηριακής πίεσης, της χοληστερόλης, των επιπέδων σακχάρου στο αίμα ακόμη και ορισμένες εξετάσεις θα έρχονται κατ' ευθείαν στο φαρμακείο για να γίνει ο πρώτος έλεγχος και μόνο αν κρίνεται σκόπιμο θα παραπέμπεται ο ασθενής στο γιατρό.

## ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ «ΠΙΟ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟΥΣ ΑΣΘΕΝΕΙΣ»

Τα φαρμακεία σε ορισμένες περιπτώσεις θα παραδίδουν τα φάρμακα κατ' οίκον αλλά και τα ραντεβού με φυσικοθεραπευτές και νοσοκόμες θα κλείνονται με τη μεσοδιάβαση του φαρμακείου. Αυτό το τελευταίο μέτρο αποτελεί και το πρώτο βήμα της συνεργασίας των φαρμακείων με νοσοκόμες. Φυσικά και αυτό το σχέδιο αναμένεται να διευκρινιστεί με υπουργικό νομοθετικό διάταγμα.

Οι Ιταλοί φαρμακοποιοί φαίνεται να ενδιαφέρονται ιδιαίτερα από αυτές τις μεταρρυθμίσεις και τις νέες τους αρμοδιότητες. Η πρόεδρος της Federfarma (Ιταλική Ομοσπονδία Φαρμακοποιών με Φαρμακείο) Annarosa Racca, θεωρεί ότι αυτό το μοντέλο θα θέσει τα φαρμακεία «πιο κοντά στους ασθενείς». «Είναι ένα σημαντικό βήμα, η αρχή μιας νέας πνοής για τις υπηρεσίες του φαρμακείου» εκτιμά και από τη μεριά της η πρόεδρος του Συλλόγου Φαρμακοποιών της Ιταλίας, Andrea Mandelli.

**ΕΛΒΕΤΙΑ** Οι «κύκλοι ποιότητας»



Οι Ελβετοί φαρμακοποιοί αποδέχθηκαν μια μείωση στο περιθώριο κέρδους τους για τα φάρμακα, με αντάλλαγμα νέες υπηρεσίες τους με χρηματική ανταμοιβή. Όπως π.χ. το «polymedication-check» που τους επιτρέπει να παρέχουν έναντι 30 ευρώ ανά περίπτωση, συμβουλές στους ασθενείς υπό πολυφαρμακοθεραπεία (πάνω από 4 φάρμακα) με στόχο να διερευνούν τη συμμόρφωση στη θεραπεία και τις πιθανές αλληλεπιδράσεις. Μια άλλη υπηρεσία με προστιθέμενη αξία που αναγνωρίζεται με ανταμοιβή είναι «οι κύκλοι ποιότητας». Στόχος είναι να συγκεντρώνουν τακτικά τους γιατρούς της περιοχής τους και να κάνουν επιστημονικούς σχολιασμούς πάνω στη συνταγογραφία, ώστε να βελτιώσουν τη θεραπευτική πρακτική αλλά και να μειώσουν το κόστος θεραπείας. Και αυτό λειτουργεί με επιτυχία με αντάλλαγμα 15.000 ευρώ που δίδονται στον φαρμακοποιό που δέχεται να οργανώνει και να συντονίζει τέτοιες συναντήσεις.

## ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ και ΗΠΑ: Οικονομία στην υγεία χάρη στα φαρμακεία



Οι Αυστραλοί φαρμακοποιοί βρίσκονται έτοιμοι να γενικεύσουν ένα πειραματικό σχέδιο το «home medication review». Εκεί οι φαρμακοποιοί επισκέπτονται τους ασθενείς -τους οποίους έχουν επιλέξει από προηγούμενως- στο σπίτι με σκοπό να εξετάσουν τις θεραπείες που κάνουν, είτε με φάρμακα συνταγογραφούμενα ή με φάρμακα αυτοθεραπείας. Στη συνέχεια στέλνουν μια αναφορά στο θεράποντα γιατρό που αποφασίζει σε περίπτωση που υπάρχει ανάγκη και με τη συγκατάθεση του ασθενή, να θέσει σε εφαρμογή ένα «medication management plan».

Στις ΗΠΑ οι Αμερικανοί φαρμακοποιοί προτείνουν μια παρεμφερή υπηρεσία, το «medication therapy management», αλλά με μια φαρμακοοικονομική μελέτη στο χέρι.

Έτσι π.χ. στην περίπτωση του διαβήτη, αυτός ο τύπος παρεμβολής του φαρμακοποιού συνέβαλε στη μείωση κατά 45% των εξόδων μέσα σε 3 χρόνια. Σύμφωνα με τους σχεδιαστές αυτού του προγράμματος, όλοι οι φαρμακοποιοί μπορούν να συμμετέχουν, αρκεί να εκπαιδευτούν.

**Η εκπαίδευση δεν είναι μόνο το κλειδί για όλες αυτές τις παραπάνω νέες υπηρεσίες που θα διευρύνουν τις αρμοδιότητες του φαρμακείου σχεδόν σε όλες τις εξελιγμένες χώρες στο άμεσο μέλλον. Χρειάζεται και ο κατάλληλος συντονισμός από τις κρατικές υπηρεσίες και το κίνητρο. Αυτά τα λίγα ανωτέρω παραδείγματα δείχνουν ότι οι φαρμακοποιοί μπορούν να αναλάβουν νέους ρόλους που θα αναβαθμίσουν ακόμη περισσότερο το επάγγελμά.**



Ουλές που προέρχονται από

- χειρουργικές επεμβάσεις
- τραύματα
- εγκαύματα
- ακμή
- ραγάδες.



«Σβήστε» τις με



**MEDERMA®**  
SKIN CARE FOR SCARS

**Pharmasyn SA**  
Pharmasyn SA

Pharmasyn  
Εταιρεία Φαρμακευτικής  
Ομίλου Pharmasyn



Αθήνα: Πύρρος Διοσκουρίδου, 131 23 Γαλαξίας + Τηλ. 210 6707140 + Φαξ 21 017 0071 + email: info@pharmasyn.gr + www.pharmasyn.gr  
Γραφείο Ν.Ε. Ελλάδας: Πλατεία Α. Αράπη 32, 10224 Αθήνα + Τηλ. 21 01700800 + Φαξ 21 0 700 070 + email: hq@pharmasyn.gr

## ΓΑΛΛΙΑ

### Οι Γάλλοι έχουν εμπιστοσύνη στο φαρμακοποιό τους



Στην ερώτηση «Ανάμεσα σε 20 επαγγέλματα, ποια είναι αυτά στα οποία έχετε εμπιστοσύνη;» που ετέθη από το περιοδικό Reader's Digest σε 23.000 άτομα σε 16 ευρωπαϊκές χώρες, απάντησαν σαν 1ο τους πυροσβέστες (92%), 2ο τους πιλότους (89%) και 3ο τους φαρμακοποιούς (87%).

Ιδιαίτερα στη Γαλλία, η σειρά ήταν πάλι σαν 1ο οι πυροσβέστες (95%), 2ο οι νοσοκόμοι (92%) και 3ο πάλι οι φαρμακοποιοί (91%). Μπράβο στους φαρμακοποιούς, αν σημειωθεί ότι οι γιατροί ήρθαν σε επόμενη θέση (89%). Θα έλεγε κανείς ότι η εικόνα του επαγγέλματος παραμένει καλή έως πολύ καλή στα μάτια του κόσμου! Αξιοσημείωτο είναι ότι η εμπιστοσύνη στους εκπαιδευτικούς είναι πολύ πιο χαμηλή (74%), στους αστυνομικούς πιο κάτω ακόμη (68%) και στους δημοσιογράφους μόνο 26%.

Φυσικά, εκείνοι που είχαν από τα πιο χαμηλά ποσοστά ήταν οι πολιτικοί, μόνο 7% ποσοστό εμπιστοσύνης, όχι μόνο στη Γαλλία αλλά και σε όλη την Ευρώπη. Ακόμη και οι πωλητές αυτοκινήτων είχαν καλύτερο σκορ (15%) από τους πολιτικούς.

Η μελέτη αυτή έγινε την περασμένη άνοιξη και δημοσιεύτηκε στο περιοδικό Reader's Digest τον Σεπτέμβριο του 2009.

### ΑΜΕΣΗ ΠΩΛΗΣΗ ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ: ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ Η ΑΝΟΔΙΚΗ ΤΗΣ ΠΟΡΕΙΑ

Οι νέες αρμοδιότητες του φαρμακοποιού στη Γαλλία που προβλέπονται με το νέο νόμο HPST (Hopitaux Patients Sante Territoires) σύμφωνα με τον οποίο ο φαρμακοποιός θα είναι συντονιστής και παροχέας υπηρεσιών για τη πρόληψη, βελτίωση και διατήρηση της υγείας των πολιτών, θα προσφέρουν νέες ευκαιρίες συνεργασίας με τις φαρμακευτικές εταιρείες. Η πλειονότητα των φαρμακοποιών το έχει εξάλλου κατανοήσει: Σύμφωνα με μια έρευνα που έγινε τον περασμένο Μάιο από την εταιρεία Direct Research, το 57% των φαρμακοποιών που ρωτήθηκαν θεωρούν τις φαρμακευτικές εταιρείες με πρωτότυπα φάρμακα, τους πλέον αξιόπιστους συνεργάτες για να τους βοηθήσουν να ανταπεξέλθουν στα καινούργια τους καθήκοντα, μάλιστα πιο πάνω σε ποσοστό και από τα δίκτυα φαρμακείων (55%). Μάλιστα, το 30% των ερωτηθέντων προβλήθηκαν να αυξήσουν τις άμεσες αγορές τους από τις φαρμακευτικές εταιρείες σε πρωτότυπα φάρμακα. Ανάμεσα στα κριτήρια αγοράς αναφέρονται η σχέση εμπιστοσύνης η οποία κρίνεται σημαντική έως πολύ σημαντική από το 84% των φαρμακοποιών και οι καλοί εμπορικοί όροι, από το 71%. Κυρίως προτιμούν στις αγορές τους τα φάρμακα με μεγάλη ανακύκλωση πωλήσεων, τις μεγάλες συσκευασίες για τρίμηνη χορήγηση, τα πολύ ακριβά φάρμακα και φυσικά τα φάρμακα που είναι στη λίστα. As σημειωθεί ότι για το 2010 τα κριτήρια που θα επηρεάσουν την απόφαση αγοράς απ' ευθείας από τη φαρμακευτική εταιρεία είναι 6: Οι εκπτώσεις που θα προταθούν από τις εταιρείες, η εμπορική πολιτική των φαρμακαποθηκών, η απόδοση εισοδήματος της επιχείρησής τους, οι τεμαχιακές κλίμακες που θα τους προταθούν, η διευρύνση του καταλόγου των προϊόντων και η πολιτική των αγορών μέσω του δικτύου φαρμακείων που ανήκουν.

## ΙΤΑΛΙΑ

### Οι τιμές των μη συνταγογραφούμενων φαρμάκων ποικίλουν μέχρι και 60%



Ασπιρίνη, παρακεταμόλη και σιρόπι για το βήχα: Στην Ιταλία για να αγοράσει κανείς αυτό το κλασικό πακέτο φαρμάκων, θα πληρώσει από 13 έως και ... 17,90 ευρώ!

Αυτό ανέδειξε μια έρευνα καταναλωτή της ένωσης Altoconsumo. Τρία χρόνια μετά τον νόμο Bersani που επιτρέπει την πώληση OTC και ΜΥΣΥΦΑ και σε άλλα σημεία εκτός φαρμακείου, με την υποχρεωτική παρουσία φαρμακοποιού και με ελεύθερη τιμή, η Altoconsumo επισημαίνει τις συνέπειες αυτής της απελευθέρωσης. Το θετικό για τον καταναλωτή: Η πληθώρα και ποικιλία των σημείων πώλησης όπου εκτός από τα 17.617 φαρμακεία της χώρας, δημιουργήθηκαν και άλλα 2.987 σημεία παραφαρμακείων παράλληλης πώλησης, εκ των οποίων τα 299 είναι Supermarkets. Μια αύξηση του 30% από το 2008. Το όφελος για τον καταναλωτή είναι ότι εδώ μπορεί να βρει τιμές 17% φθηνότερες από τα φαρμακεία και 13%



φθηνότερες από τα παραφαρμακεία.

#### Απελευθέρωση δεν πρέπει να σημαίνει κερδοσκοπία.

Το αρνητικό σημείο: Η τιμή των φαρμάκων OTC και ΜΥΣΥΦΑ είχε από το 2008 μια αύξηση του 8,7% στα παραφαρμακεία. Για τον καταναλωτή το πιο δύσκολο είναι να δεχθεί αυτή τη μεγάλη ανισότητα τιμών, οι οποίες μπορεί να διαφέρουν μέχρι και 59% ανάλογα με το φαρμακείο, μέχρι και 41% από το ένα παραφαρμακείο στο άλλο και μέχρι 27% ανάλογα με το Supermarket. Η Ιταλική Ομοσπονδία Φαρμακοποιών Federfarma επισημαίνει ότι «η ποικιλία τιμών είναι μέσα στη λογική της απελευθέρωσης». Η ένωση όμως καταναλωτών που παρακολουθεί τις τιμές υπενθυμίζει ότι «απελευθέρωση δεν θα πρέπει να σημαίνει κερδοσκοπία».

**Mobil M,**  
it's the **vision**  
that creates  
the **concept.**



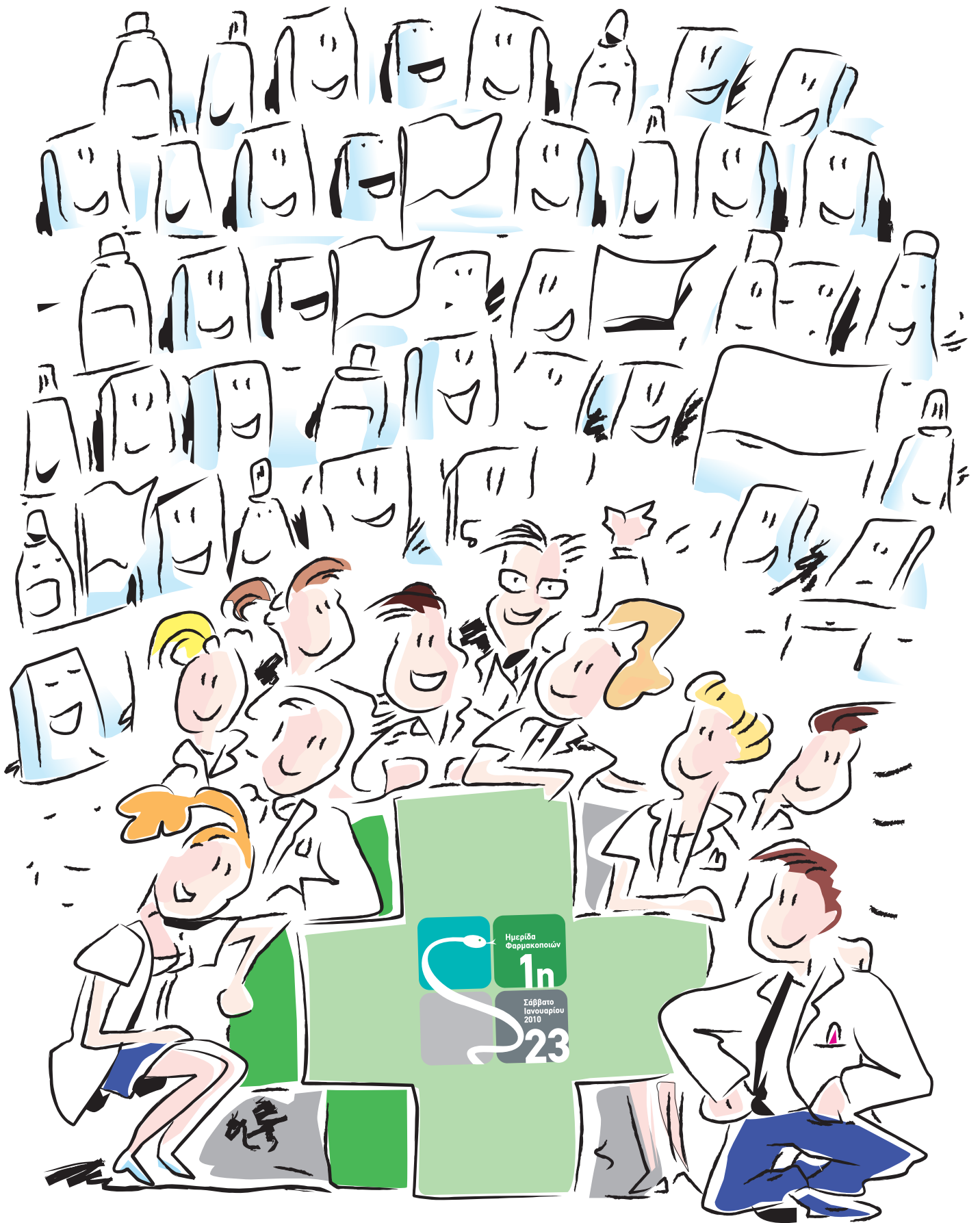
© Mobil M - Paris

**Mobil M** Commercial Architecture - Communication - Design

MOBIL M Hellas - ACAD E.E.  
AVGIS 37 n. Iraklio - 141 21 Athens - GREECE  
Tel. 210 2820882  
Fax : 210 2820882  
Mobile 693 66610652  
a.peuls@mobil-m.com - acad@hol.gr



**M O B I L M**  
GRUPE COUPECHOUX  
www.mobil-m.com



# 1η ΗΜΕΡΙΔΑ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΩΝ

## Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Σάββατο, 23 Ιανουαρίου 2010

Ένα ραντεβού απαραίτητο και χρήσιμο, με τις σωστές επιχειρηματικές λύσεις για το σύγχρονο φαρμακείο

*αξίζει να είστε όλοι εδώ!*

Οδηγίες  
Πρόσβασης στο  
Κέντρο Πολιτισμού  
«Ελληνικός Κόσμος»,  
Πειραιώς 254,  
Ταύρος - Αθήνα

#### ΛΕΩΦΟΡΕΙΑ

- 049 (Πειραιάς - Ομόνοια)  
Στάση ΥΦΑΝΤΗΡΙΑ
- 914 (Ομόνοια - Πειραιάς  
- Παλαιά Κοκκινιά) Στάση  
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

#### ΤΡΕΝΟ (Γραμμή ΗΣΑΠ):

- Ηλεκτρικός Σταθμός  
Καλλιθέας

**ΔΩΡΕΑΝ PARKING**

**Η** εξέλιξη στο φαρμακείο απαιτεί σήμερα σωστή οργάνωση εργασίας, διοίκησης προσωπικού και διαχείρισης, αποδοτική προβολή προϊόντων στο χώρο πώλησης καθώς και μια ιδιαίτερη επικοινωνία προς την πελατεία, με στόχο πιστό πελατολόγιο.

Η **1η Ημερίδα Φαρμακοποιών, Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ** προσφέρει στο φαρμακοποιό και στους συνεργάτες του, μια δυναμική ευκαιρία να σχηματίσει μια σαφή εικόνα για τους τομείς και τις μεθόδους που θα πρέπει να δραστηριοποιηθεί, με κυρίαρχο στόχο την εξέλιξη της επιχείρησής του, παράλληλα με τον επιστημονικό του ρόλο ως λειτουργού υγείας.

Η Ημερίδα προτείνει ένα πρόγραμμα ομιλιών με εισηγητές πανεπιστημιακούς αθλή και στελέχη και συμβούλους της αγοράς, όπου θα παρουσιαστούν πρακτικά εργαλεία και λύσεις που σας απασχολούν στη καθημερινότητα του φαρμακείου. Μετά από κάθε ομιλία θα δοθεί η δυνατότητα ερωτήσεων και απαντήσεων και ιδιαίτερα θα αναπτυχθεί η διαδραστικότητα των συμμετεχόντων. Με τη βοήθεια ειδικών συντονιστών, σε 2 ενότητες, αυτή της Διοίκησης και αυτή της Επικοινωνίας Πελάτη, θα γίνει από ένα 15λεπτο debate, με δύο «φαρμακοποιούς του πάγκου», ο ένας υπέρ των εισηγήσεων και ο άλλος προβάλλοντας αντιρρήσεις. Εκτός όμως από τις ομιλίες, θα έχετε την ευκαιρία να επισκεφτείτε τα περίπτερα των εταιρειών, χορηγών και υποστηρικτών της εκδήλωσης και να ανακαλύψετε τα νέα τους προϊόντα και τις υπηρεσίες αθλή και να συνομιλήσετε με τα στελέχη τους.

**Ελάτε να παρακολουθήσετε την Ημερίδα αυτή και θα δείτε το φαρμακείο σας με ένα άλλο βλέμμα!**

Κατά τη διάρκειά της σε ένα χώρο άνετο και σύγχρονο, αυτόν του «Θεάτρου» στο Κέντρο Πολιτισμού Ελληνικός Κόσμος, Πειραιώς 254 στην Αθήνα, θα έχετε την ευκαιρία όχι μόνο να εμπλουτίσετε τις γνώσεις σας αθλή και να προβληματιστείτε σε νέα πεδία δραστηριοτήτων, για να δημιουργήσετε μαζί με τους συνεργάτες σας το σύγχρονο φαρμακείο του 21ου αιώνα.

# Ομιλίες και προφίλ ομιλητών

■ 10.00-11.30

1η θεματική ενότητα: **Διοίκηση Φαρμακείου**

## Θέμα 1 Οργάνωση του φαρμακείου

Εισηγήτρια: **ΠΟΠΗ ΧΑΡΑΜΗ**, φαρμακοποιός, σύμβουλος marketing και επικοινωνίας

Διάρκεια: 30 λεπτά

### Περίληψη ομιλίας

Ο φαρμακοποιός παράλληλα με τον επιστημονικό του ρόλο ως ληϊτουργού υγείας, είναι και επιχειρηματίας με στόχο το φαρμακείο του να αναπτύσσεται και να είναι κερδοφόρο.

Ένας μοχλός αυτής της ανάπτυξης είναι η βελτιστοποίηση της οργάνωσης εργασίας στοχεύοντας σε 3 άξονες: Φαρμακείο-κατάστημα, Ομάδα, Πελάτες-ασθενείς.

Θα αναλύσουμε σύντομα ορισμένα πεδία ενεργειών, που παράλληλα με τη θέληση από μέρους του φαρμακοποιού, θα συμβάλουν στη βελτίωση της εργασίας, όχι μόνο του ίδιου αλλά και ολόκληρης της ομάδας.

Συγκεκριμένα θα αναφερθούμε στο πώς:

- Θα προσδιορίσουμε ένα επιχειρηματικό πλάνο
- Θα δομήσουμε τις διαδικασίες και θα δώσουμε αρμοδιότητες
- Θα διοικήσουμε και θα διαχειριστούμε την επιχείρηση
- Θα αναζητήσουμε την καινοτομία
- Θα δημιουργήσουμε ένα φαρμακείο ελκυστικό για τον πελάτη.

### Προφίλ

Η κ. Πόπη Χαράμη, φαρμακοποιός, σύμβουλος Marketing & Επικοινωνίας, είναι πτυχιούχος της Φαρμακευτικής Σχολής του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, με μεταπτυχιακό στη Βιομηχανική Φαρμακευτική, στη Φαρμακευτική Σχολή του Πανεπιστημίου του Montpellier (Γαλλία).

Έχει μακρόχρονη επαγγελματική εμπειρία στην Ελλάδα, επικεντρωμένη στο Marketing, την επικοινωνία, την εκπαίδευση και την οργάνωση εργασίας, σε εταιρείες φαρμακευτικές και παραφαρμάκων. Από το 2000 εργάζεται σαν Σύμβουλος Marketing και εκπαιδύτρια σε συνεργασία με εταιρείες του χώρου. Από το 2006

ανέλαβε παράλληλα την αρχισυνταξία και την επιλογή ύλης στο Περιοδικό Φαρμακοποιός Manager, ενώ το 2009 ίδρυσε την Θ. Χαράμη ΕΠΕ που εκδίδει το Περιοδικό Pharmacy Management & Επικοινωνία.

## Θέμα 2 Μέθοδοι κινητοποίησης του προσωπικού του φαρμακείου

Εισηγήτρια: **PANIA ΛΕΧΟΥ**, φαρμακοποιός, διευθύντρια τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών και Εκπαίδευσης της Pierre Fabre ΕΛΛΑΣ ΑΕ.

Διάρκεια: 30 λεπτά

### Περίληψη ομιλίας

Ο manager πρέπει να είναι πάνω απ' όλα κινητήριος δύναμη, φορέας άνθησης και επαγγελματικής ικανοποίησης των συνεργατών του.

Η πυραμίδα του Maslow καθώς και η θεωρία της Υγιεινής Παρακίνησης του Frederic Herzberg ρίχνει φως στην ικανοποίηση των διαφόρων αναγκών του προσωπικού.

Τα εργαλεία κινητοποίησης ποικίλουν ανάλογα με την ηλικία, τις αρμοδιότητες καθώς και τις φάσεις της ζωής. Η διαφάνεια των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τον ορισμό των ποσοτικών στόχων του φαρμακείου, με εξαίρεση τους μισθούς των υπαλλήλων που είναι εμπιστευτικοί και διαφοροποιούνται ανάλογα με τις επιδόσεις των υπαλλήλων.

Τα προτεινόμενα πριμ που είναι τόσο συλλογικά όσο και ατομικά, είναι καλό να βασίζονται σε μετρήσιμα κριτήρια αξιολόγησης.

Βέβαια, εκτός από τα πριμ, ιδιαίτερη αξία αποκτούν όλο και περισσότερο οι μη οικονομικές απολαβές των υπαλλήλων όπως εκπαιδεύσεις, ταξίδια, δώρα, προσαρμογή ωραρίων εργασίας και διακοπών, εξειδικευμένες αποστολές.

### Προφίλ

Η κ. Ράνια Λέχου, διευθύντρια τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών και Εκπαίδευσης της Pierre Fabre ΕΛΛΑΣ ΑΕ, κατέχει δίπλωμα Διδάκτορα Φαρμακευτικής από την

Φαρμακευτική Σχολή Ιουλίου Βερν στην Αμιένη Γαλλίας (1999) με Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Μοριακής Βιολογίας το 2000 από την ίδια σχολή.

Ξεκίνησε την επαγγελματική της καριέρα το 1998 σαν κλινικός φαρμακοποιός στο Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο της Αμιένης Γαλλίας (Hôpital Nord d'Amiens) και

το 2000 έως το 2003 ήταν υπεύθυνη φαρμακοποιός σε φαρμακείο στην Πεύκη. Το 2003 αναλαμβάνει υπεύθυνη τμήματος Carla (Τμήμα Εκπαίδευσης) στην Pierre Fabre ΕΛΛΑΣ ΑΕ και από τον Σεπτέμβριο του 2009 διατελεί διευθύντρια τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών και Εκπαίδευσης στην ίδια εταιρεία.



■ 12.00-13.30

2η θεματική ενότητα: **Marketing-Διαχείριση**

### Θέμα 1 Σύγχρονη διοίκηση μάρκετινγκ: Επιπτώσεις για την αγορά φαρμακείου

Εισηγητής: **ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ**, λέκτορας marketing Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών  
Διάρκεια: 30 λεπτά

#### Περίληψη ομιλίας

Η ομιλία θα εστιάσει στις αρχές και πρακτικές που διέπουν τη σύγχρονη διοίκηση μάρκετινγκ στην αγορά του φαρμακείου. Πιο αναλυτικά, θα δώσει έμφαση στη σημασία που έχει ο προσανατολισμός στην αγορά και στους πελάτες, για την επιτυχία της σύγχρονης επιχείρησης. Επιπλέον, θα αναλυθεί η διαδικασία με την οποία μία επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει αξία για τους πελάτες της και ως εκ τούτου, να δημιουργήσει τη δική της διακριτή παρουσία στην αγορά αλλιά και ένα διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Έμφαση θα δοθεί, ακόμη, στις τάσεις που παρατηρούνται στις σύγχρονες αγορές και οι οποίες επηρεάζουν τη στρατηγική μάρκετινγκ των επιχειρήσεων. Τέλος, η ομιλία θα καταλήξει με τα βασικά συστατικά ενός επιτυχημένου προγράμματος μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα, θα αναπτυχθούν οι βασικοί πυλώνες πάνω στους οποίους μπορεί να δομηθούν οι ενέργειες και δράσεις μάρκετινγκ της σύγχρονης επιχείρησης.

#### Προφίλ

Ο Δρ. Νικόλαος Γ. Παναγόπουλος, είναι λέκτορας μάρκετινγκ στο Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ).

Τα ερευνητικά, διδακτικά και συμβουλευτικά του ενδιαφέροντα εστιάζονται στις πωλήσεις και στη διοίκηση πωλήσεων, στο σχεδιασμό στρατηγικής μάρκετινγκ, στο Customer Relationship Management (CRM), καθώς και σε εφαρμογές προχωρημένων στατιστικών τεχνικών σε προβλήματα μάρκετινγκ και πωλήσεων. Οι ερευνητικές του εργασίες έχουν δημοσιευτεί σε έγκριτα διεθνή επιστημονικά περιοδικά καθώς και

στα πρακτικά διεθνών επιστημονικών συνεδρίων, τόσο στην Ευρώπη όσο και στις ΗΠΑ. Επιπλέον, διατελεί ως μέλος των editorial boards και ως κριτής σε διάφορα διεθνή επιστημονικά περιοδικά. Παράλληλα, ο Δρ. Παναγόπουλος είναι μέλος διεθνών επαγγελματικών ενώσεων του μάρκετινγκ, ενώ είναι ιδρυτικό μέλος του Global Sales Science Institute. Τέλος, έχει συμμετάσχει σε έναν μεγάλο αριθμό συμβουλευτικών έργων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων για οργανισμούς/επιχειρήσεις του ιδιωτικού και του δημοσίου τομέα.



### Θέμα 2 Εμπορική διαχείριση φαρμακείου αξιοποιώντας τη νέα τεχνολογία.

Εισηγητής: **ΠΕΤΡΟΣ ΠΑΠΑΔΑΤΟΣ**, εμπορικός διευθυντής της CSA  
Διάρκεια: 20 λεπτά

#### Περίληψη ομιλίας

Ο σύγχρονος φαρμακοποιός καλείται να αξιοποιήσει όλα τα μέσα που του παρέχει η τεχνολογία, προκειμένου να αυξήσει την αποδοτικότητα της επιχείρησής του. Η επιλογή του κατάλληλου εξοπλισμού (hardware) και προγράμματος (software) είναι βασικός παράγοντας για την άρτια οργάνωση του φαρμακείου, την παρακολούθηση των οικονομικών παραμέτρων και τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων από πλευράς του φαρμακοποιού/μάντζερ.

Παράλληλα, τα νέας γενιάς συστήματα αυτοματισμού (Robot) φαρμακείου, δίνουν τη δυνατότητα εξοικονόμησης πολύτιμου χώρου και χρόνου και αποτελούν μια ολοκληρωμένη λύση διαχείρισης των αποθεμάτων.

#### Προφίλ

Ο κ. Πέτρος Παπαδάτος έχει πτυχίο στην Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων από την ΑΒΣ Πειραιά.

Ξεκίνησε την καριέρα του το 1990 στην Lavipharm Hellas, όπου εργάστηκε στον τομέα φαρμάκου ως στέλεχος στα τμήματα πωλήσεων και marketing. Το 2002 ανέλαβε στην Alvia την προώθηση του Botox στις θεραπευτικές του ενδείξεις με μεγάλη

επιτυχία. Το 2005 ανέλαβε την οργάνωση και διοίκηση του δικτύου φαρμακοποιών Active Health από τη θέση του εμπορικού διευθυντή. Από τον Σεπτέμβριο του 2009 κατέχει την θέση του Εμπορικού Διευθυντού στην CSA, που εξειδικεύεται σε προγράμματα μηχανογράφησης και συστήματα αυτοματισμού φαρμακείων.



# Ομιλίες και προφίλ ομιλητών

■ **12.00-13.30**

**2η θεματική ενότητα: Marketing-Διαχείριση**

## Θέμα 3 Τα οικονομικά του φαρμακείου

Εισηγητής: **ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΒΟΖΙΚΗΣ**, λέκτορας στο τμήμα Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς

Διάρκεια: 20 λεπτά

### Περίληψη ομιλίας

Το φαρμακείο δεν είναι πια απλά ένα σημείο πώλησης και χορήγησης φαρμάκων. Αιθάζει ρόλο και εισέρχεται στο χώρο των υπηρεσιών, αποτελώντας μια επιχείρηση, της οποίας η ευημερία δεν εξαρτάται μόνο από την επιστημονική κατάρτιση του φαρμακοποιού αλλά και από την επιχειρηματική. Ο φαρμακοποιός εκτός από τον επιστημονικό του ρόλο πρέπει πλέον να μπει σε μια λογική εμπορική, αναλαμβάνοντας συγχρόνως ρόλους manager και οικονομικού διαχειριστή.

Σε αυτό το πλαίσιο, η γνώση βασικών αρχών οικονομικής διαχείρισης όπως η σύνταξη ενός προϋπολογισμού εσόδων - εξόδων και ο υπολογισμός των δεικτών απόδοσης της επιχείρησης, καθώς και η χρήση εργαλείων λήψης οικονομικών αποφάσεων, όπως διορθωτικά μέτρα βελτίωσης οικονομικών στοιχείων, θεωρούνται απαραίτητα εφόδια ενός σύγχρονου φαρμακοποιού, προκειμένου να αντιμετωπίσει την ένταση του ανταγωνισμού και να μεγιστοποιήσει τα κέρδη του.

### Προφίλ

**Ο Αθανάσιος Βοζίκης, είναι λέκτορας στο τμήμα Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς, με ειδίκευση στα οικονομικά της υγείας και τα πληροφοριακά συστήματα. Έχει διατελέσει**

**μέλος επιτροπών εμπειρογνομόνων ανασχεδιασμού διαδικασιών, επιχειρησιακού και στρατηγικού σχεδιασμού του τομέα υγείας και μέλος ερευνητικών ομάδων σε διεθνή, ευρωπαϊκά και εγχώρια**

**projects. Έχει διδάξει μαθήματα σε προπτυχιακό και σε μεταπτυχιακό επίπεδο και έχει δημοσιεύσει μεγάλο αριθμό ερευνητικών εργασιών.**



■ **14.30-16.00**

**3η θεματική ενότητα: Merchandising φαρμακείου**

## Θέμα 1 Βασικές αρχές της οργάνωσης των προϊόντων στο χώρο του φαρμακείου

Εισηγήτρια: **PANIA ΛΕΧΟΥ**, φαρμακοποιός, διευθύντρια τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών και Εκπαίδευσης της Pierre Fabre Ελλάς ΑΕ

Διάρκεια: 20 λεπτά

### Περίληψη ομιλίας

Η οργάνωση των προϊόντων στο χώρο του φαρμακείου γίνεται με γνώμονα τον πελάτη και πιο συγκεκριμένα, τις ανάγκες του καθώς και τον τρόπο που σκέφτεται.

Στόχος είναι να έχουμε μια όσο το δυνατό πιο ξεκάθαρη και ελκυστική προσφορά προϊόντων μέσω μιας σωστής κατηγοριοποίησης και μιας αναλυτικής σήμανσης όλων των κατηγοριών και υποκατηγοριών.

- Ορίζουμε 6 ζώνες μέσα στο φαρμακείο
- Φροντίζουμε έτσι ώστε να συνορεύουν προϊόντα που αλληλοσυμπληρώνονται
- Σεβόμαστε τη φιλοσοφία της κάθε μάρκας μέσω της κάθε της τοποθέτησης των μαρκών
- Εξασφαλίζουμε επαρκή προβολή των OTC προϊόντων πίσω από τον πάγκο
- Φροντίζουμε την αναλυτική σήμανση για το σύνολο των ζωνών του φαρμακείου.

Ο πελάτης λοιπόν κατευθύνεται σωστά, προσανατολίζεται με βάση τις ανάγκες του αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο τις αυθόρμητες πωλήσεις.

[www.PharmaManage.gr](http://www.PharmaManage.gr)

Επισκεφθείτε την ιστοσελίδα του Περιοδικού και ενημερωθείτε για θέματα που αφορούν το Φαρμακείο σας, επικεντρωμένα στο marketing, τη διοίκηση και την επικοινωνία πελάτη



## Θέμα 2 Οπτική επικοινωνία και αυθόρμητες πωλήσεις στο φαρμακείο

Εισηγήτρια: **ΑΝΤΩΝΙΑ ΜΑΡΚΟΥΡΗ**, διευθύντρια Προβολής και Ανάπτυξης της Pierre Fabre Ελλάς ΑΕ  
Διάρκεια: 30 λεπτά

### Περίληψη ομιλίας

Η οπτική επικοινωνία στο φαρμακείο γίνεται σε 3 επίπεδα:

#### Πρωτογενής οπτική επικοινωνία:

Βιτρίνες (απλή εμπορική, κιτ βιτρίνα, θεματική βιτρίνα, οθόνη μηνυμάτων), Αναγραφή κατηγοριών στην πρόσοψη (λέξεις, εικόνες, γραφικά)

#### Δευτερογενής οπτική επικοινωνία:

Κατηγοριοποίηση προϊόντων, Σήμανση των κατηγοριών: λέξεις, εικόνες, γραφικά, χρωματικές διαφοροποιήσεις, Ειδικές προβολές εποχικών προϊόντων

**Τριτογενής οπτική επικοινωνία:** Πρωτότυπη και αναλυτική σήμανση ραφιών (θετικά μηνύματα, διαφοροποιημένο λεξιλόγιο), Lineaires

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει μια στατιστική μελέτη που πραγματοποιήθηκε σχετικά με την επίδραση της οπτικής επικοινωνίας στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτριών. Τα αποτελέσματα της μελέτης θα παρουσιαστούν και θα σχολιαστούν κατά τη διάρκεια της ομιλίας.

### Προφίλ

Η κ. **Αντωνία Μαρκούρη**, είναι διευθύντρια Προβολής και Ανάπτυξης της Pierre Fabre Ελλάς ΑΕ, κατέχει πτυχίο Μαθηματικών με εξειδίκευση στη Στατιστική από το Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών και MBA από

το AGSM-NOTTINGHAM TREND UNIVERCITY. Ξεκίνησε την επαγγελματική της καριέρα στην Pierre Fabre Ελλάς το 1995 σαν υπεύθυνη πωλήσεων, στη συνέχεια ανέλαβε το marketing των προϊόντων DOLISOS. Από το 1999 έως το 2004 διατέλεσε διευθύντρια marketing και

εμπορικού για τα προϊόντα Klorane και Elancyl και στη συνέχεια αναλαμβάνει καθήκοντα διευθύντριας Προβολής και Ανάπτυξης στην ίδια εταιρεία.



## 16.30-18.45

### 4η θεματική ενότητα: Επικοινωνία και Σχέσεις Πιστότητας με τον Πελάτη

## Θέμα 1 Η πετυχημένη προσέγγιση του πελάτη

Εισηγητής: **ΚΩΣΤΑΣ ΔΟΥΝΑΣ**, Εμπορικός Διευθυντής Medihelm  
Διάρκεια: 30 λεπτά

### Περίληψη ομιλίας

Αν θεωρήσουμε ότι υπάρχουν αρκετές προσεγγίσεις στο θέμα «Επικοινωνία Πελάτη», θα σταθούμε κυρίως στις βασικές αντιλήψεις που καθορίζουν την πετυχημένη προσέγγιση του πελάτη, αναλύοντας τα κάτωθι 15 σημεία:

- Διάκριση των εννοιών «αξίες - αντιλήψεις - συμπεριφορές».
- Γιατί το φαρμακείο μπορεί να αναπτυχθεί στη περίοδο της οικονομικής κρίσης;
- Ποιος είναι ο ρόλος του φαρμακείου κατά την προσέγγιση του πελάτη;
- Τι εννοούμε πετυχημένη προσέγγιση;
- Τι πραγματικά αγοράζει ο πελάτης;
- Υπάρχουν «περίεργοι» πελάτες και πώς επικοινωνούμε μαζί τους;
- Οι αντιρρήσεις των πελατών είναι μία «ανυπέβλητη δυσκολία» ή συνιστούν ευκαιρία;
- Γιατί η γλώσσα του σώματος παίζει σημαντικό ρόλο στη διαδικασία της προσέγγισης του πελάτη;
- Το «ακατόρθωτο» μπορεί να γίνει κατορθωτό;
- Υπάρχουν ρύσεις που δεν τις βλέπουμε;
- Μπορούμε τη δυσκολία να τη μετατρέψουμε σε πρόκληση;
- «Ο άχρονος» χρόνος και πώς τον διαχειριζόμαστε;
- Πώς τα ποτήρια γίνονται απλά;
- Ποια είναι η διαφορά μεταξύ ακοής και ακρόασης;
- Τα συναισθήματά μας επιδέχονται διαχείριση;

### Προφίλ

Ο κ. **Κώστας Δούνας**, είναι Εμπορικός Διευθυντής Medihelm, έχει

τελειώσει διοίκηση και οικονομία στα ΤΕΙ Πατρών και είναι κάτοχος MBA στη διοίκηση επιχειρήσεων από το Πανεπιστήμιο Louisville των ΗΠΑ.

Με επαγγελματική εμπειρία είκοσι ετών στο χώρο του φαρμακείου, έχει συνεργαστεί στο παρελθόν με τις εταιρείες όπως ROC, APIVITA και ιδιαίτερα στον τομέα υπηρεσιών φαρμακείου στη Pharma Plus του ομίλου Lavipharm.

Σήμερα είναι εμπορικός διευθυντής και μέλος του διοικητικού συμβουλίου της Medihelm ΑΕ.





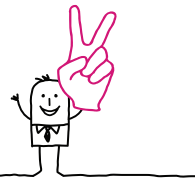
# Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

**Σάββατο, 23 Ιανουαρίου 2010, 08:30 - 19:30**

«ΘΕΑΤΡΟΝ» Κέντρο Πολιτισμού Ελληνικός Κόσμος, Πειραιώς 254, Αθήνα

## Δείτε το Φαρμακείο σας με ένα άλλο βλέμμα... Η εξέλιξη στο Φαρμακείο απαιτεί σήμερα:

- Σωστή οργάνωση εργασίας, διοίκηση προσωπικού και εμπορική διαχείριση.
- Αποδοτική οργάνωση και προβολή προϊόντων στο χώρο πώλησης.
- Ιδιαίτερη επικοινωνία προς την πελατεία σας, για να κτίσετε ευχαριστημένο και πιστό πελατολόγιο.



αξίζει να είστε όλοι εδώ!

## Η 1η Ημερίδα των Φαρμακοποιών σας δίνει μια δυναμική ευκαιρία:

- Να παρακολουθείτε εσείς και το προσωπικό σας τις παρουσιάσεις εξειδικευμένων εισηγητών καθώς και σχολιασμούς συναδέλφων σας.
- Να σχηματίσετε μια σαφή εικόνα για τους τομείς και τις μεθόδους που μπορείτε να δραστηριοποιηθείτε, με κυρίαρχο στόχο την εξέλιξη της επιχείρησής σας και του επιστημονικού σας ρόλου ως λειτουργός υγείας.

**ΔΩΡΕΑΝ συμμετοχή για εσάς και το προσωπικό σας!**

[www.PharmaManage.gr](http://www.PharmaManage.gr)

Κρατήσεις θέσεων: Depend Ltd, κα Αλαμπάση Κέλλυ

T.: 210 283 8638 F.: 210 258 2813 e-mail: alampasi@depend.gr

## Πρόγραμμα Ημερίδας Φαρμακοποιών 23/01/2010 Θεματικές Ενότητες & Ομιλίες

08:30 - 09:30 Προσέλευση - Εγγραφές - Καφές

09:30 - 10:00 Χαιρετισμοί

### 1η Θεματική Ενότητα: Διοίκηση Φαρμακείου

Συντονιστής: Γιάννης Πολλάλης, Καθηγητής Πανεπιστημίου Πειραιά, Διευθυντής Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική»

#### Θέμα 1: Οργάνωση του Φαρμακείου

Εισηγήτρια Πόπη Χαραμή, Φαρμακοποιός, Σύμβουλος Marketing και Επικοινωνίας, Αρχισυντάκτρια του περιοδικού Pharmacy Management & Επικοινωνία - Διάρκεια 30 λεπτά

#### Θέμα 2: Μέθοδοι Κινητοποίησης του Προσωπικού του Φαρμακείου

Εισηγήτρια Ράνια Λέχου, Φαρμακοποιός, Διευθύντρια Τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών & Εκπαίδευσης της Pierre Fabre Ελλάς Α.Ε. - Διάρκεια 30 λεπτά

Debate 15 λεπτά με 2 Φαρμακοποιούς

11:30 - 12:00 Διάλειμα - Καφές

### 2η Θεματική Ενότητα: Marketing - Διαχείριση

Συντονιστής: Κυριάκος Σουλιώτης, Λέκτορας Τμήματος Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

#### Θέμα 1: Σύγχρονη Διοίκηση Marketing: Επιπτώσεις για την Αγορά του Φαρμακείου

Εισηγητής Νικόλαος Παναγόπουλος, Λέκτορας Marketing Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών - Διάρκεια 30 λεπτά

#### Θέμα 2: Εμπορική Διαχείριση Φαρμακείου: Αξιοποιώντας τη Νέα Τεχνολογία

Εισηγητής Πέτρος Παπαδότος, Εμπορικός Διευθυντής CSA Α.Ε. - Διάρκεια 20 λεπτά

#### Θέμα 3: Τα Οικονομικά του Φαρμακείου

Εισηγητής Αθανάσιος Βοζίκης, Λέκτορας στο Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιά - Διάρκεια 20 λεπτά

13:30 - 14:30 Γεύμα

### 3η Θεματική Ενότητα: Merchandising Φαρμακείου

Συντονιστής: Γιώργος Μπαμπαλιάρης, Ειδικός Σύμβουλος Διοίκησης Επιχειρήσεων, Εμπορικός Διευθυντής Depend Ltd

#### Θέμα 1: Βασικές Αρχές της Οργάνωσης των Προϊόντων στο Χώρο του Φαρμακείου

Εισηγήτρια Ράνια Λέχου, Φαρμακοποιός, Διευθύντρια Τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών & Εκπαίδευσης της Pierre Fabre Ελλάς Α.Ε. - Διάρκεια 20 λεπτά

#### Θέμα 2: Οπτική Επικοινωνία και Αυθόρμητες Πωλήσεις στο Φαρμακείο

Εισηγήτρια Αντωνία Μαρκούρη, Διευθύντρια Προβολής και Ανάπτυξης της Pierre Fabre Ελλάς Α.Ε. - Διάρκεια 30 λεπτά

16:00 - 16:30 Διάλειμα - Καφές

### 4η Θεματική Ενότητα: Επικοινωνία και Σχέσεις Πιστότητας με τον Πελάτη

Συντονίστρια: Πόπη Χαραμή, Φαρμακοποιός, Σύμβουλος Marketing και Επικοινωνίας, Αρχισυντάκτρια του περιοδικού Pharmacy Management & Επικοινωνία

#### Θέμα 1: Η Πετυχημένη Προσέγγιση του Πελάτη

Εισηγητής Κώστας Δούνας, Εμπορικός Διευθυντής Medihelm Α.Ε. - Διάρκεια 30 λεπτά

#### Θέμα 2: Ενδυναμώνοντας το Επιστημονικό Προφίλ του Φαρμακοποιού ως Λειτουργού Υγείας

Εισηγήτρια Τερέζα Χαραμή, Φαρμακοποιός - Διάρκεια 20 λεπτά

#### Θέμα 3: Αύξηση της Πιστότητας των Πελατών στο Φαρμακείο - Η Άποψη και Εξέλιξη του Καταναλωτή-Πελάτη

Εισηγητής Ιησοκράτης Νικολακόπουλος, Οικονομολόγος, Πιστοποιημένος Σύμβουλος και Εισηγητής των Διεθνών Εκπαιδευτικών Δικτύων TMI Δανίας και TACK UK του Ομίλου PRC The Management House S.A - Διάρκεια 30 λεπτά

Debate 15 λεπτά με 2 Φαρμακοποιούς

18:45 - 19:30 Κλείσιμο - Συμπεράσματα Ημερίδας



## 1η Ημερίδα Φαρμακοποιών

Διοργάνωση του Περιοδικού  
Pharmacy Management  
& Επικοινωνία

Σάββατο  
23 Ιανουαρίου  
2010  
08:30 - 19:30



### ΧΟΡΗΓΟΙ



Astra Medical Hellas  
Superfoods™



Colgate



Nature's Plus  
The Energy Supplements

Novalac



Pierre Fabre

sanofi aventis

Προτεραιότητα στην υγεία



### ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ



«ΘΕΑΤΡΟΝ» Κέντρο Πολιτισμού Ελληνικός Κόσμος, Πειραιώς 254, Αθήνα



## Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

αξίζει να είστε όλοι εδώ!

[www.PharmaManage.gr](http://www.PharmaManage.gr)



αξίζει να είστε όλοι εδώ!

# Ομιλίες και προφίλ ομιλητών

■ 16.30-18.45

4η θεματική ενότητα: **Επικοινωνία και Σχέσεις Πιστότητας με τον Πελάτη**

## Θέμα 2 Ενδυναμώνοντας το επιστημονικό προφίλ του φαρμακοποιού ως προαγωγού υγείας

Εισηγήτρια: **ΤΕΡΕΖΑ ΧΑΡΑΜΗ**, φαρμακοποιός  
Διάρκεια: 20 λεπτά

### Περίληψη ομιλίας

Ο φαρμακοποιός μπορεί να διεκδικήσει μεγαλύτερη αναγνώριση του κοινωνικού του ρόλου ως προαγωγού υγείας. Ακολουθώντας μια στρατηγική ανάπτυξης ενός νέου επιστημονικού προφίλ και αξιοποιώντας τακτικές επικοινωνίας και προβολής αυτής της νέας εικόνας του φαρμακοποιού, τα οφέλη είναι διττά: α) σε επιχειρηματικό επίπεδο, αύξηση των κερδών, β) σε κλαδικό επίπεδο αύξηση της διαπραγματευτικής δύναμης.

Κεντρική θέση στην προσπάθεια αυτή κατέχει η διοργάνωση εκστρατείας ενημέρωσης του κοινού για τις προσφερόμενες από τα φαρμακεία υπηρεσίες, ακολουθώντας παραδείγματα από την εμπειρία άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Επένδυση, λοιπόν, στην επικοινωνία και προβολή. Είμαστε έτοιμοι να βγούμε μπροστά.

### Προφίλ

Η κ. Τερέζα Χαραμή, είναι φαρμακοποιός, απόφοιτος του τμήματος Φαρμακευτικής του Αριστοτελείου

Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Έχει παρακολουθήσει το μεταπτυχιακό πρόγραμμα ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας και είναι κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος

ειδίκευσης στη «Φαρμακογνωσία - Φυτικά Φαρμακευτικά Προϊόντα» του τμήματος Φαρμακευτικής του ΑΠΘ.

Από το 2006 διατηρεί φαρμακείο στην πόλη της Κοζάνης.

## Θέμα 3 Αύξηση της πιστότητας πελατών στο φαρμακείο - Η άποψη και εξέλιξη του καταναλωτή - πελάτη

Εισηγητής: **ΙΠΠΟΚΡΑΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΚΟΠΟΥΛΟΣ**, οικονομολόγος.  
Διάρκεια: 30 λεπτά

### Περίληψη ομιλίας

Η παγκοσμιοποιημένη κοινωνία μας εξελίσσεται με πολύ γρήγορους ρυθμούς. Εξελίξεις στη ναυτεχνολογία, στην ιατρική, στα φάρμακα και τα φαρμακεία... Δημιουργούμε σήμερα «φαρμακεία ελκυστικά για τον πελάτη»;

Πώς εξελίχθηκε αυτός ο πελάτης / καταναλωτής των προϊόντων μας; Από την εποχή της αγροτικής οικονομίας περάσαμε στη βιομηχανία και σιγά-σιγά στις υπηρεσίες, δίνοντας έμφραση στην ικανοποίηση των αναγκών και προσδοκιών του πελάτη-καταναλωτή.

Ποια είναι η επόμενη φάση εξέλιξης; Έχει ήδη φθάσει σε κάποιες πρωτοπόρες χώρες; Πότε θα φθάσει και στη χώρα μας; Μήπως είναι ήδη εδώ αλλιά δεν το έχουμε συνειδητοποιήσει;

Αυτή την απάντηση θα προσπαθήσουμε να προβάλλουμε αλλιά ακόμη περισσότερο θα μετρήσει η δική σας γνώμη για την οποία θα ζητήσουμε την ψήφο και την άποψή σας.

### Προφίλ

Ο κ. Ιπποκράτης Νικολακόπουλος, είναι οικονομολόγος, πιστοποιημένος σύμβουλος και εισηγητής των διεθνών

εκπαιδευτικών δικτύων TMI Δανίας και TACK UK του ομίλου PRC The Management House SA.

Υλοποιεί εισηγήσεις σε θέματα μάρκετινγκ και ανάπτυξης πωλησιακών δεξιοτήτων. Έχει πραγματοποιήσει εισηγήσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα στο αντικείμενό του σε πολλές επιχειρήσεις όπως: Coremed Ιατρικά μηχανήματα, Janssen-Cilag, Metropolitan,

Hewlett-Packard, Microsoft Hellas, Όμιλος Carrefour-Μαρινόπουλος, Unilever, Πλαίσιο κομπιούτερ, Χρυσός Οδηγός, ΕΟΤ κ.ά.



# Οι χορηγοί μας

**As ευχαριστήσουμε τις εταιρείες που με την οικονομική προσφορά τους συντέλεσαν στην άριστη διοργάνωση αυτής της εκδήλωσης**



Astra Medical Hellas  
**Superfoods™**

**Astra Medical Hellas Superfoods**  
**Πανδίωνος 10, 11143 Αθήνα,**  
**τηλ. 210 2527584**

## Η εξέλιξη στη φυσική διατροφή

Η Astra Medical Hellas Superfoods συγκαταλέγεται στις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες συμπληρωμάτων διατροφής και τροφίμων ειδικής διατροφής στην Ελλάδα, κάνοντας γνωστά στο ευρύ κοινό προϊόντα όπως η σπιρουλίνα, το ιμποφάες, το μανιτάρι *ganoderma lucidum*, τις κάψουλες κανέλας κ.ά.

Πιστή στο πεντάπτυχο «Χρήσιμα, Καινοτόμα, Ποιοτικά, Ασφαλή και Προσιτά για όλους προϊόντα», η εταιρεία επιλέγει πάντα την καλύτερη και πιο ακριβή ποικιλία φυτικής πρώτης ύλης, εφαρμόζει τα πιο αυστηρά ποιοτικά δεδομένα κατασκευής του τελικού προϊόντος και εξασφαλίζει προς όφελος του καταναλωτή την πιο προσιτή τιμή.

Τα Superfoods™ αλλήλα και όλα τα προϊόντα της εταιρείας είναι 100% φυτικά ή 100% φυσικά όταν πρόκειται για μύκητες (μανιτάρια), έχουν πιστοποιητικό GMO, δηλαδή δεν περιέχουν γενετικά μεταλλαγμένους οργανισμούς και TSE δηλαδή δεν περιέχουν συστατικά ζωικής προέλευσης που ευθύνονται για τη σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια. Η Astra Medical Hellas Superfoods κάνει το μεγάλο άλμα στο χώρο των λειτουργικών τροφίμων και nutraceuticals, έχοντας έτοιμα 12 νέα προϊόντα και λανσάροντας τα έξι πρώτα τον Ιανουάριο του 2009.



**ΠΙΝΓ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ ΑΕΒΕ-ΚΛΑΔΟΣ**  
**ΟΤC, Μιχαλακοπούλου 35, 11528 Αθήνα**  
**τηλ: 210 8194293 και 210 8194450.**

Η εταιρεία ΠΙΝΓ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ ΑΕΒΕ ανταποκρινόμενη στη ραγδαία ανάπτυξη της αγοράς των ΟΤC προϊόντων, δημιούργησε το 1990 τον κλάδο ΟΤC ως ανεξάρτητη επιχειρηματική μονάδα. Με έμπειρες ομάδες πωλήσεων, marketing και ιατρικής ενημέρωσης καθώς και αξιόλογα προϊόντα, ο κλά-

δος ΟΤC απολαμβάνει εντυπωσιακή ανάπτυξη με το πέρασμα των χρόνων.

Στη «φαρέτρα» του κλάδου, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται προϊόντα όπως:

- Τα πολυβιταμινούχα συμπληρώματα διατροφής VITAL plus Q10® το VITAL Silver με ηγετική θέση στην εν λόγω κατηγορία.

- Το αντιβηχικό σιρόπι ANTIS και το βιεννολιτικό σιρόπι SARIBAL.

- Η σειρά ALOCLAIR για την αντιμετώπιση των στοματικών αφθών.

- Το φαρμακευτικό ιδιοσκεύασμα HEALIP για τον επιχείλιο έρπητα.

- Η επουλωτική αλοιφή HELIXDERM.

- Το Μη Στεροειδές Αντιφλεγμονώδες φαρμακευτικό ιδιοσκεύασμα DURAPROX.

- Το EFFER-ACTIV, ένα νέο και καινοτόμο φαρμακευτικό ιδιοσκεύασμα για την οστεοαρθρίτιδα των γονάτων σε αναβράζοντα δισκία.

- Το φυσικό αποσυμφορητικό διάλυμα θαλασσινού νερού SINOMARIN.

- Η παγκοσμίως καταξιωμένη σειρά παιδικών δερμοκαλλυντικών MUSTELA.

- Τα νέα, πρωτοποριακά -από του στόματος- προβιοτικά προϊόντα: LACTOFEMME (για τη χλωρίδα του γυναικείου κόλπου) και LACTOFLORA (για τη χλωρίδα του εντέρου).

- Το V-test, ένα καινοτόμο διαγνωστικό τεστ ανίχνευσης κοήπιτιδας, το οποίο γίνεται στο σπίτι.



**CSA**

**Αθ.Παναγούλη 51, Αγ. Παρασκευή 15343,**  
**τηλ. 210 6019530,**  
**e-mail: info@csa.com.gr**

Η εταιρεία CSA ιδρύθηκε το έτος 1985 από έμπειρους μηχανογράφους και ασχολήθηκε με την κατασκευή λογισμικού για μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις.

Σύντομα δραστηριοποιήθηκε σε κάθετους κλάδους με αποτέλεσμα τη δημιουργία εξειδικευμένων εφαρμογών για συνεταιριστικούς ομίλους, φαρμακεία, ομίλους εμπορικών επιχειρήσεων, καταστήματα λιανικής πώλησης, franchise, super market.

Σήμερα προσφέρει την ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων:

- Farmakon ERP για φαρμακαποθήκες
- Farmakon για φαρμακεία
- Emporion ERP για μεγάλες εμπορικές εταιρείες
- Emporion για μικρές εμπορικές εταιρείες
- CSA Retail για λειτουργία καταστημάτων λιανικής πώλησης
- E-marketplace για λειτουργία κόμβου ηλεκτρονικού εμπορίου
- CSA Mobile για λύσεις με την χρήση φορητών τερματικών

Κατασκευασμένα σε γραφικό περιβάλλον και σε βάσεις δεδομένων (Oracle, SQL Server).

Πάνω από 4.000 εταιρείες, τα σημαντικότερα ονόματα των κλάδων εμπιστεύονται την μηχανογράφησή τους στην εταιρεία μας.

Η συνεχής επένδυση της εταιρείας μας σε ανθρώπινο δυναμικό και σε τεχνολογία αιχμής αποτελούν εγγύηση για το νέο πελάτη όσον αφορά: την ποιότητα και την αξιοπιστία, τη συνεχή υποστήριξη και τη συνεχή βελτίωση των εφαρμογών.



Η MARFIN EGNATIA BANK είναι μία τράπεζα με εξελιγμένη τεχνολογική υποδομή, ένα ευρύτατο και διαρκώς αναπτυσσόμενο δίκτυο καταστημάτων και άρτια εκπαιδευμένα στελέχη για να εξυπηρετούν κάθε τραπεζική ανάγκη. Είναι θυγατρική της MARFIN POPULAR BANK στην Ελλάδα. Η MARFIN POPULAR BANK με έδρα στην Κύπρο αποτελεί, σήμερα, ένα ηγετικό χρηματοοικονομικό οργανισμό, που εξελίσσεται σταθερά σε 12 χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης με δίκτυο άνω των 500 καταστημάτων. Μέσα από τις θυγατρικές της εταιρείες και ένα διευρυμένο δίκτυο καταστημάτων, η MARFIN POPULAR BANK προσφέρει ένα ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Στόχος της MARFIN EGNATIA BANK είναι να βρίσκεται διαρκώς στο πλευρό των πελατών της, καλύπτοντας οποιαδήποτε τραπεζική ανάγκη, με γνώμονα πάντα την ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση, την ικανοποίηση των ιδιαίτερων αναγκών τους και την κάλυψη των υψηλών απαιτήσεων τους πάντα με προνομιακούς όρους και διαφανείς διαδικασίες.

## Οι χορηγοί μας

Μέσα από ένα διευρυμένο δίκτυο καταστημάτων, καθώς και μέσω των ηλεκτρονικών και τηλεφωνικών υπηρεσιών MARFIN Direct, η εξυπηρέτηση των πελατών της είναι ταχύτερη, πληρέστερη και άμεση, ενώ το ολοκληρωμένο σύστημα τραπεζικών υπηρεσιών της προσφέρει σύγχρονα χρηματοδοτικά προϊόντα με ειδικά προνόμια και πρόσθετες παροχές.



### Medihelm SA

**Καζαντάκη 4, 13561 Αγ.Ανάργυροι τηλ. 210 8540053 και Colgate- Palmolive (Hellas): Αθηνών 89, 18541 Πειραιάς**

Η Medihelm SA είναι εταιρεία του ομίλου ΕΛΓΕΚΑ. Δραστηριοποιείται στον τομέα ανάπτυξης και προώθησης φαρμακευτικών, παραφαρμακευτικών και OTC προϊόντων, έχοντας πανελλαδικό δίκτυο και καλύπτοντας 4.600 φαρμακεία μέχρι σήμερα καθώς και φαρμακαποθήκες. Στο χαρτοφυλάκιο των προϊόντων της ανήκουν οι εξής μάρκες: Sudocrem, Infacolic, Colgate oral care, Trachisan, Prospan, Biofreeze, Aripharm, Σοκολάτες Κοράλλι.

### Colgate

Αναφερόμενοι ιδιαίτερα στην Colgate- Palmolive (Hellas), η εταιρεία σήμερα διαθέτοντας την κατάλληλη οικονομική και επιχειρηματική ισχύ, υλοποιεί ένα εκτεταμένο πρόγραμμα εκσυγχρονισμού όλων των τομέων της βιομηχανικής και εμπορικής δραστηριότητάς της.

Τα προϊόντα που διαθέτει ανήκουν στις κατηγορίες: Στοματική υγιεινή, Προσωπική περιποίηση, Οικιακή φροντίδα και Περιποίησης ρούχων.

Ιδιαίτερα στη Στοματική Υγιεινή που αφορά και την κατηγορία που προωθείται στα φαρμακεία, η μάρκα Colgate σαν παγκόσμιος ηγέτης, προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων, ειδικά σχεδιασμένα για να καλύπτουν πολλές και διαφορετικές ανάγκες όπως: οδοντόκρεμες, οδοντόβουρτσες, στοματικά διαλύματα, οδοντικό νήμα, προϊόντα λεύκανσης δοντιών, προϊόντα για παιδιά και προϊόντα για τον οδοντίατρο. Ας σημειωθεί ότι η Colgate - Palmolive (Hellas) κατέχει μια εξέχουσα θέση στην ελληνική αγορά, από πλευράς δεικτών ανάπτυξης, όγκου πωλήσεων, οικονομικών δεικτών και δεικτών απόδοσης και αποτελεσματικότητας.



### ΜΕΝΤΙΣΠΕΣ ΑΕΒΕ

**Σωρού 38, Τ.Κ. 151 25, Μαρούσι  
τηλ. 210 6109090, E: [info@medispes.gr](mailto:info@medispes.gr),  
U: [www.medispes.gr](http://www.medispes.gr)**

Η εταιρεία ΜΕΝΤΙΣΠΕΣ ΑΕΒΕ ιδρύθηκε το έτος 1986 και κατέχει δεσπόζουσα θέση στην ελληνική αγορά. Αντιπροσωπεύει φημισμένους ιατρικούς οίκους του εξωτερικού και συγχρόνως παράγει ιατροτεχνολογικά προϊόντα, στις εγκαταστάσεις της στη ΒΙΠΕ Λάρισας. Διαθέτει υποκαταστήματα στη Θεσσαλονίκη και στη Δυτική Ελλάδα.

Η εταιρεία, όσον αφορά τον τομέα της υγείας, έχει αναπτύξει σύστημα διασφάλισης ποιότητας, σύμφωνα με τα πρότυπα EN ISO 9001/12.2000, EN ISO 13485/07.2003 και σύμφωνα με την Υπουργική Απόφαση 1348/04 του ελληνικού υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης. Όλοι οι οίκοι που αντιπροσωπεύει λειτουργούν με αυστηρές προδιαγραφές ποιότητας και όλα τα προϊόντα που προμηθεύεται φέρουν το σήμα CE-MARK.

Από το 1999 η εταιρεία είναι αποκλειστικός αντιπρόσωπος του οίκου UNITED PHARMACEUTICALS SA και συγκεκριμένα των προϊόντων NOVALAC τα οποία διατίθενται αποκλειστικά στα φαρμακεία. Ο οίκος UNITED PHARMACEUTICALS SA Γαλλίας παράγει μία πλήρη σειρά βρεφικών και παιδικών τροφών και τα εξαγει σε όλες σχεδόν τις χώρες του κόσμου. Τα προϊόντα NOVALAC χαρακτηρίζονται από την υψηλή ποιότητα παρασκευής έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στις διατροφικές ανάγκες των βρεφών και των παιδιών.

## Nature's Plus® The Energy Supplements®

**Natural Plus A.E Αγ. Γεωργίου 14,  
151 27 Μελίτσια, τηλ.: 210 6134604  
[www.naturalplus.gr](http://www.naturalplus.gr)**

**Υποκατάστημα Θεσσαλονίκης: Χανίων 9,  
Νέα Κρήνη τηλ. 2310 430035**

Η Natural Plus AE (πρώην Nature's Plus Ελλάδος) δραστηριοποιείται για πάνω από 18 χρόνια στην ελληνική αγορά, εισάγοντας μόνο υψηλών προδιαγραφών φυσικά προϊόντα (φυσικές βιταμίνες, βο-

τανικά σκευάσματα, προϊόντα αδυνατίσματος κ.λπ.). Είναι αποκλειστικός αντιπρόσωπος - εισαγωγέας των δύο κορυφαίων αμερικανικών εταιρειών **Nature's Plus** και **Lily of the Desert**, καθώς και της ολλανδικής **INC International**. Παράγει τη μεγαλύτερη σειρά συμπληρωμάτων διατροφής στον κόσμο, γνωστά για την ποιότητά τους και είναι η μόνη εταιρεία συμπληρωμάτων διατροφής διεθνώς που έχει βραβευθεί από την ΟΥΝΕΣΚΟ (τμήμα C).

Κάθε χρόνο έρχεται πρώτη σε πωλήσεις στις ΗΠΑ σε 3-5 κατηγορίες προϊόντων, ένα μοναδικό κατόρθωμα για μία τόσο ανταγωνιστική αγορά.

Η Lily of the Desert καλλιεργεί στις ιδιόκτητες φυτείες της βιολογική Aloe vera, παράγει μία σειρά προϊόντων Aloe vera και κατέχει άνω του 50% της αγοράς χυμού Aloe vera στις ΗΠΑ!

Η INC International είναι εταιρεία ειδικευμένη στη παραγωγή του Anthogenol (Ολιγομερές Προανθοκυανιδίνης ή OPC) με την άδεια και εποπτεία του καθηγητή Masquelier. Ο καθηγητής Jack Masquelier είναι ο άνθρωπος που πριν από 40 χρόνια ανακάλυψε τις OPC, ισχυρότατες φυσικές αντιοξειδωτικές ουσίες με ευεργετική δράση στον ανθρώπινο οργανισμό. Οι εργασίες του έκαναν πολλούς επιστήμονες να θεωρούν την ανακάλυψη των OPC σαν ένα από τα μεγαλύτερα βιο-ιατρικά επιτεύγματα του 20ού αιώνα.



### Pierre Fabre

**Pierre Fabre Hellas A.E: Μεσογείων  
350, 15341 Αγ. Παρασκευή  
τηλ. 210 7488581-583**

Ο όμιλος Pierre Fabre, πολυεθνική φαρμακευτική εταιρεία με έδρα τη Γαλλία, είναι επικεντρωμένος στην έρευνα, ανάπτυξη, παραγωγή και προώθηση αποτελεσματικών και πρωτοποριακών φαρμακευτικών και παραφαρμακευτικών προϊόντων με καινοτόμα φυσικά και δραστικά συστατικά. Η δραστηριότητες του ομίλου επικεντρώνονται σε: Φαρμακευτικά προϊόντα, δερμοκαλλυντικά και προϊόντα συμβουλής (OTC).

Στόχος του ομίλου διεθνώς είναι η διασφάλιση της βελτίωσης της υγείας και της αισθητικής του σύγχρονου ανθρώπου μέσα από την παροχή προϊόντων που χαρακτηρίζονται από μέγιστη ασφάλεια.

λεια χρήσης και υπηρεσιών που διασφαλίζουν εγγυημένη απόδοση για την επιχείρηση φαρμακείου.

- **ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΜΑΣ:** Επενδύσεις στην έρευνα
- **ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ:** Να συγκεντρώσουμε κάτω από τον ίδιο κώδικα δεοντολογίας ιατρικά και δερματολογικά προϊόντα.
- **ΠΗΓΗ ΕΜΠΝΕΥΣΗΣ ΜΑΣ:** Κυρίως η φύση και όλα τα πολύτιμα αγαθά που προσφέρει απλόχερα στον άνθρωπο, το νερό και τα φυτά.
- **ΟΙ ΦΙΛΟΔΟΞΙΕΣ ΜΑΣ:** Να παραμείνουμε πιστοί στις ρίζες μας και παράλληλα, να έχουμε παγκόσμια παρουσία. Στην Ελλάδα, η θυγατρική εταιρεία Pierre Fabre Hellas από το 1991 αντιπροσωπεύει με μεγάλη επιτυχία τις αρχές και το όραμα του γαλλικού ομίλου. Σήμερα κατέχει τη 2η θέση στην αγορά των δερμοκαθλητικών προϊόντων στο χώρο του φαρμακείου και αποτελεί ισχυρή παρουσία στον τομέα των φαρμακευτικών προϊόντων. Με ισχυρό της όπλο το όνομα των μαρκών όπως Avène, Ducray, A-Derma, Pierre Fabre Dermatologie, Klorane, Elancyl, Galénic, René Furterer, Pedirelax, Oral Care, Plantes & Medicines, Nicopass & Nicopatch, αλλιά και των εξειδικευμένων υπηρεσιών-consulting κατάφερε σήμερα να έχει υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης που αποτελούν παρακαταθήκη για ένα ακόμη καλύτερο μέλλον.

**sanofi aventis**

Προτεραιότητα στην υγεία

**sanofi-aventis ΑΕΒΕ Λεωφ. Συγγρού  
348, Κτίριο Α, 176 74 Καλλιθέα,  
τηλ. 210 90 01 600, Fax: 210 92 49 129  
www.sanofi-aventis.gr**

Η sanofi-aventis είναι μια από τις κορυφαίες φαρμακευτικές εταιρείες στον κόσμο, με ηγετική θέση στην Ελλάδα. Αποστολή και δέσμευση των 500 εργαζομένων της είναι η οικολογική συνεργασία με τους επαγγελματίες υγείας, ώστε ο κάθε Έλληνας ασθενής να έχει άμεση πρόσβαση στην κατάλληλη θεραπευτική αγωγή με τα καινοτόμα φάρμακα της έρευνάς της στους τομείς: θρόμβωση, καρδιαγγειακά νοσήματα, διαβήτης, ογκολογία, Κεντρικό Νευρικό Σύστημα, γενική ιατρική/ εσωτερική παθολογία και εμβόλια.

Στη χώρα μας η εταιρεία εδρεύει στην Αθήνα, με κέντρα επιστημονικής ενημέρωσης στη Θεσσαλονίκη και την Κρήτη. Η εταιρεία, 20 χρόνια τώρα, αποδεικνύει έμπρακτα τη στήριξή της στις πιο ευάλωτες

πληθυσμιακές ομάδες έχοντας σε εξέλιξη 47 προγράμματα ανθρωπιστικής στήριξης παγκοσμίως. Επιπλέον, στην Ελλάδα ευαισθητοποιεί το ευρύ κοινό με εκστρατείες ενημέρωσης και πρόληψης για διάφορα νοσήματα, σε συνεργασία με επιστημονικούς φορείς. Δείχνει έμπρακτα την ευαισθησία της για το περιβάλλον, θέτοντας ως πρωταρχικό στόχο την προστασία του, με πρωτοβουλίες όπως η ενέργεια «Λιγότερο χαρτί... Περισσότερη ζωή», όπου σταμάτησε να τυπώνει το έντυπο προωθητικό της υλικό για τους επαγγελματίες υγείας, αναπτύσσοντας έναν ειδικά διαμορφωμένο χώρο στην ιστοσελίδα της ([www.sanofi-aventis.gr](http://www.sanofi-aventis.gr)) με αναλυτικές πληροφορίες για τα σκευάσματά της.

Γιατί πρώτη προτεραιότητα της sanofi-aventis σε ολόκληρο τον κόσμο και την Ελλάδα, είναι η υγεία.



**ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ-ΛΙΛΛΥ ΑΕΒΕ: 15ο χλμ.  
Εθνικής Οδού Αθηνών-Λαμίας, 14564  
Κηφισιά, τηλ. 210 6294600 E-Mail:  
info@lilly.com, Site: www.lilly.gr**

Η Eli-Lilly (στην Ελλάδα ως ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ-ΛΙΛΛΥ ΑΕΒΕ) ερευνά και αναπτύσσει πρωτοποριακά φάρμακα που προσφέρουν θεραπευτικές λύσεις και καλύτερη ποιότητα ζωής.

Τα φάρμακα της Eli-Lilly αντιμετωπίζουν διάφορες κατηγορίες ασθενειών, όπως αυτές του Κεντρικού Νευρικού Συστήματος (ZYPREXA, LADOSE, CYMBALTA), της ενδοκρινολογίας (ACTOS, BYETTA, HUMULIN, HUMALOG, HUMATROPE), λοιμώξεων (CECLOR, CECLOR MR, LORBEF, VONCON), της οστεοπόρωσης (EVISTA, FORSTEO), της εντατικής θεραπείας (XIGRIS), της καρδιολογίας (EFIENT, INOTREX, REOPRO), της ογκολογίας (ALIMTA, ΓΚΕΜΖΑΡ).

Εκτός των συνταγογραφούμενων φαρμάκων, η εταιρεία διαθέτει και μεγάλη σειρά μη συνταγογραφούμενων προϊόντων, όπως CARBOSYLANE για τη δυσπεψία, XEROSTOM για την ξηροστομία, YOTUEL για τη στοματική φροντίδα.

Στην εταιρεία αναπτύσσεται επίσης το τμήμα Ιατρικού Εξοπλισμού και Διαγνωστικών Μέσων με σημαντικές συνεργασίες με μεγάλους οίκους του εξωτερικού όπως, Welch Allyn, Haemonetics κ.ά.



**Volvo Car Hellas S.A,  
Κωνσταντινουπόλεως 4 @ Γονατά,  
121 33 Περιστέρι  
Τηλ. 210 5709 700, [www.volvocars.gr](http://www.volvocars.gr)**

Η Volvo Car Hellas που ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 2002, ως αποκλειστικός εισαγωγέας αυτοκινήτων και ανταλλακτικών Volvo, διαθέτει ολοκληρωμένη γκάμα premium μοντέλων sedan, hatchback, coupe – cabrio, SUV, Cross Over & station wagon. Τα αυτοκίνητα Volvo συνδυάζουν το κύρος και τη δυναμική συμπεριφορά με την πρακτικότητα και τη διακριτική πολυτέλεια που αναζητούν όλοι και περισσότερο αγοραστές.

«Τα αυτοκίνητα τα οδηγούν άνθρωποι. Επομένως, η βασική αρχή για όλα όσα κάνουμε στη Volvo, είναι και πρέπει να παραμείνει – η Ασφάλεια».

Αυτά είναι τα λόγια των ιδρυτών της Volvo, Assar Gabrielsson και Gustav Larsson.

Στην θέση αυτή η Volvo παραμένει αμετακίνητη εδώ και 80 χρόνια, έχοντας επικεντρώσει όλες τις προσπάθειες της στην ασφάλεια. Με γνώμονα την ασφάλεια και την ποιότητα, κατασκευάζει αυτοκίνητα με σταθερότητα και κύρος. Αυτοκίνητα με αντοχή για μια ζωή. Και για τον λόγο αυτό, φροντίζει να είναι σε θέση να εξυπηρετεί και τους ιδιοκτήτες τους με την ίδια ποιότητα και με την ειλικρίνεια μιας μακροχρόνιας σχέσης.

Τα αυτοκίνητα Volvo διατίθενται σε ένα ευρύ δίκτυο εξουσιοδοτημένων διανομέων, που καλύπτει ολόκληρη την Ελλάδα και μπορεί να υποστηρίξει υπεύθυνα τους πελάτες της σε κάθε ζήτημα πριν και μετά την πώληση και σε κάθε περίπτωση παροχής ανταλλακτικών και service.

## Οι υποστηρικτές μας



### ACAD EE

**Αυγής 37, 141 21 Ν. Ηράκλειο, Αθήνα**  
**τηλ. 210 2820882, 693 6610652,**  
**e-mail: a.poulis@mobil-m.com**

Η Εταιρεία **ACAD (Advanced Commercial Architecture & Design)** αντιπροσωπεύει τη Γαλλική **MOBIL M** του **GROUP COUPECHOUX** στην Ελλάδα και την Κύπρο, δημιουργώντας την **MOBIL M Hellas**. Διευθυντής της είναι ο φαρμακοποιός θάνατος Πούλης. Η εταιρεία έχει παρουσία στις σημαντικότερες ευρωπαϊκές αγορές: Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Βέλγιο, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο καθώς επίσης στη Λατινική Αμερική, Καραϊβική και αλλού. Αποτελεί τον «leader opinion market maker» όσο αφορά στη δημιουργία, εξοπλισμό, χωροργάνωση και ανάπτυξη του σύγχρονου φαρμακείου, προσφέροντας σφαιρική και ολοκληρωμένη αντιμετώπιση της επιχείρησης και έχοντας υλοποιήσει πάνω από 4.000 εφαρμογές σε παγκόσμιο επίπεδο. Πέρα από τον εξοπλισμό του φαρμακείου, η **MOBIL M** εξειδικεύεται στην επικοινωνία και στη δημιουργία εταιρικής ταυτότητας τόσο για τα ατομικά φαρμακεία όσο και για δίκτυα φαρμακοποιών.



### ADELCO A.E.

**Πειραιώς 37, 18346 Μοσχάτο, τηλ.**  
**210 4819311-4, email: info@adelco.gr**  
**Website: www.adelco.gr**

Το 1934 οι αδελφοί Όμηρος και Ορέστης Κολοκοτρώνης δημιουργούν στο Μοσχάτο τη ΧΡΩΜΑΤΟΥΡΓΕΙΑ ΑΘΗΝΩΝ ΑΦΩΝ Ε. ΚΟΛΟΚΟΤΡΩΝΗ. Από το 1948 μια νέα περίοδος δημιουργικής ανάπτυξης ξεκινά. Η ADELCO γίνεται από τις μεγαλύτερες ελληνικές φαρμακοβιομηχανίες δημιουργώντας με ίδια μέσα και απολύτως καθιερωμένη παραγωγή, προϊόντα κορυφαίας ποιότητας και αποδοχής, όπως τα Stedon, Filicine, Minitran, Parotycin και Salopyrine στα φάρμακα και τις σειρές καλλυντικών OM-OR, σειρά ADELCO VELVET, καθώς και την παιδική σειρά ADELCO KIDS, και INTENSE

SPA για γυναίκες περιποίηση. Σήμερα συνεχίζει τη δημιουργική της πορεία βασιζόμενη αποκλειστικά σε ελληνικά κεφάλαια και τη δική της παραγωγή εξάγοντας σε πολλές χώρες σε όλο τον κόσμο, αφού ο επιχειρηματικός μας ορίζοντας δεν τελειώνει στην Ελλάδα. ΑΡΧΙΖΕΙ ΑΠ' ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.



**Douni Health Products SA**  
**Παναγιώτη Ελή 19, Αργυρούπολη**  
**τηλ: 210 9941451**

Η **Douni Health Products SA**, ιδρύθηκε το 1985 και εξειδικεύεται στη διακίνηση φυσικών προϊόντων για τη φροντίδα της υγείας. Αυτοσκοπός για την εταιρία είναι η διακίνηση φυσικών προϊόντων που ανταποκρίνονται με ασφάλεια στις πραγματικές ανάγκες των καταναλωτών με στόχο να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες όλων εκείνων που αναζητούν ποιοτικά, αποτελεσματικά και αξιόπιστα προϊόντα, με ακρίβεια και σταθερότητα. Βασικός άξονας δράσης είναι η ανάπτυξη, μέσα από αμοιβαίες επωφελείς συνεργασίες, με τους ειδικούς της υγείας.

#### Η αποστολή τους είναι να παρέχουν:

- Στους καταναλωτές φυσικά προϊόντα ανώτερης ποιότητας, κατάλληλα για τις ανάγκες τους.
- Στους φαρμακοποιούς και τους ειδικούς της υγείας και της διατροφής τα κατάλληλα εφόδια για τη σωστή διάθεση των προϊόντων στον τελικό καταναλωτή.
- Συνεχή και σωστή ενημέρωση στο ευρύ κοινό για τον πραγματικό ρόλο των συμπληρωμάτων διατροφής και των βοτάνων στην υγεία.



**MENARINI Hellas AE - φαρμακευτική εταιρεία, Αν. Δαμβέργη 7, 10445 Αθήνα**  
**τηλ. 210 8316111**



**MENARINI ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΑ ΙΑΤΡΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ ΑΕΒΕ, Λ. Βουλιαγμένης 575, 16451 Αργυρούπολη. τηλ 210 9944950**

Η MENARINI ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΑ ΙΑΤΡΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ ΑΕΒΕ ξεκίνησε τη λειτουργία της την 1η Σεπτεμβρίου 1990 και πολύ σύντομα εξελίχθηκε σε μια από τις πρωτοπόρες εταιρείες στο χώρο των διαγνωστικών με πιστοποίηση ISO 9001:2000 & 13485:2003 από την TÜV. Ο τομέας των δραστηριοτήτων της περιλαμβάνει διαβήτη, κληνική χημεία, αιματολογία, αιμοδοσία, παθολογική ανατομική, ανοσοιστοχημεία, έλεγχο αυτοανοσίας, καρδιακού δείκτη και μοριακή βιολογία, με μεγάλη γκάμα εξειδικευμένων προϊόντων και αυτοματοποιημένα συστήματα υψηλής τεχνολογίας, αντιπροσωπεύοντας αποκλειστικά τους μεγαλύτερους οίκους του εξωτερικού. Η ραγδαία ανάπτυξη της εταιρείας δεν είναι τυχαία. Είναι μία εγγύηση που παρέχουν οι συνεχείς δυναμικές επενδύσεις, οι άνθρωποι και η οργάνωσή της.



**ΒΡΕΦΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ NESTLE**  
**Πατρόκλου 4, 15125 Μαρούσι.**  
**Επικοινωνήστε με τον ειδικό της**  
**Παιδικής Διατροφής Nestle**  
**τηλ. 800 11 68068, 210 6844824**

Πριν από 140 χρόνια ο καινοτόμος φαρμακοποιός Henri Nestle δημιούργησε την πρώτη βρεφική τροφή, για να σώσει τη ζωή ενός βρέφους από υποσιτισμό. Η τροφή αυτή είναι γνωστή μέχρι σήμερα, με την ονομασία Farine Lactee. Η Nestlé αποτελεί τη Νο 1 εταιρεία βρεφικής διατροφής στον κόσμο, έχοντας μεγαλώσει γενιές και γενιές παιδιών. Δίνοντας ιδιαίτερη σημασία στην έρευνα και την τεχνολογία και έχοντας πάντα ως γνώμονα τις πιο σύγχρονες παιδιατρικές μελέτες, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην ασφάλεια και την ποιότητα των προϊόντων. Έχοντας μια εμπειρία 140 χρόνων, η Nestlé έχει πρωταρχικό στόχο να παρέχει μία πλήρη σειρά βρεφικών και παιδικών τροφών ιδανικά προσαρμοσμένων σε κάθε στάδιο ανάπτυξης των παιδιών.



**10 χρόνια**

συνεχούς προσφοράς

για μια καλύτερη

σεξουαλική ζωή



**Μαζί για έναν υγιέστερο κόσμο™**

Επισκεφθείτε μας στην ιστοσελίδα [www.pfizer.gr](http://www.pfizer.gr)

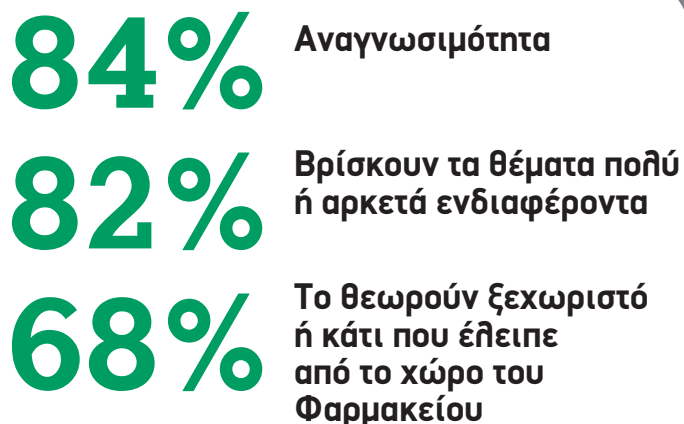
# ΕΡΕΥΝΑ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΩΝ

## Αναγνωσιμότητα του περιοδικού

# PHARMACY management

www.PharmaManage.gr ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Νοέμβριος 2009



### ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

■ Τηλεφωνική έρευνα σε 550 Φαρμακεία σε ολόκληρη την Ελλάδα

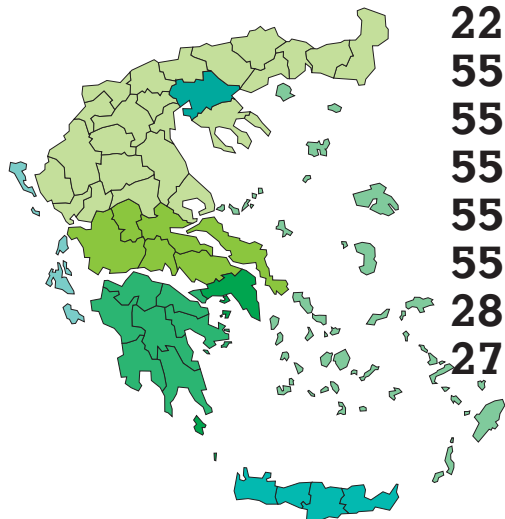
Τα 550 Φαρμακεία αποτελούν το 10% του συνόλου των 5.500 Φαρμακείων, που λαμβάνουν δωρεάν το περιοδικό Pharmacy Management και Επικοινωνία.

■ Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο χρονικό διάστημα 15 Οκτωβρίου - 6 Νοεμβρίου 2009.

Στη λίστα αποστολής του περιοδικού Pharmacy Management & Επικοινωνία έχουν επιλεγεί Φαρμακεία επιχειρηματικά εύρωστα και με έντονη εμπορική δραστηριότητα, κυρίως σε OTC και παραφάρμακα.

Εκτός των 5.500 Φαρμακείων, το περιοδικό αποστέλλεται σε 700 επιπλέον αποδέκτες: Φαρμακευτικοί Σύλλογοι, Συνεταιρισμοί Φαρμακοποιών, φαρμακαποθήκες, εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο καθώς και σε δημοσιογράφους Υγείας και Ομορφιάς.

### ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ των 550 Φαρμακείων της Έρευνας



**220** Φαρμακεία στην Αττική, ήτοι 40%

**55** στη Θεσσαλονίκη, ήτοι 10%

**55** στο υπόλοιπο Βόρειας Ελλάδας, ήτοι 10%

**55** στην Στερέα Ελλάδα, ήτοι 10%

**55** στην Πελοπόννησο, ήτοι 10%

**55** στην Κρήτη, ήτοι 10%

**28** στο Ιόνιο, ήτοι 5% και

**27** Φαρμακεία στο Αιγαίο, ήτοι 5%

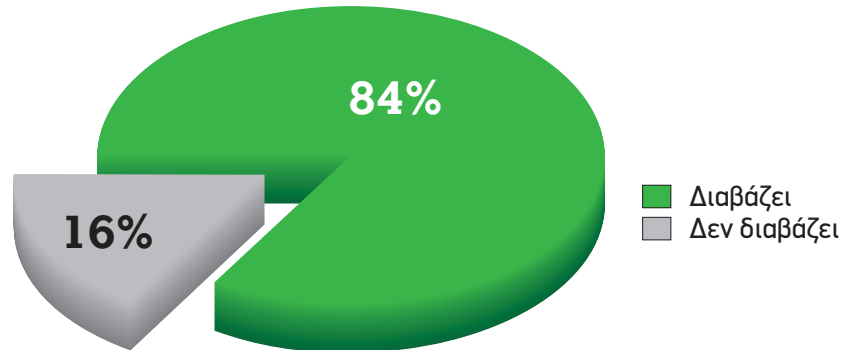
### ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ήταν να διερευνηθεί:

- Σε τι ποσοστό διαβάζεται από τους Φαρμακοποιούς.
- Αν τυχόν δεν το διαβάζουν, ποιοί είναι οι λόγοι.
- Τι γνώμη έχουν για τη θεματολογία του.
- Ποια από τα θέματα τους ενδιαφέρουν περισσότερο.
- Αν ξεχωρίζει από τα άλλα κλαδικά περιοδικά.

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

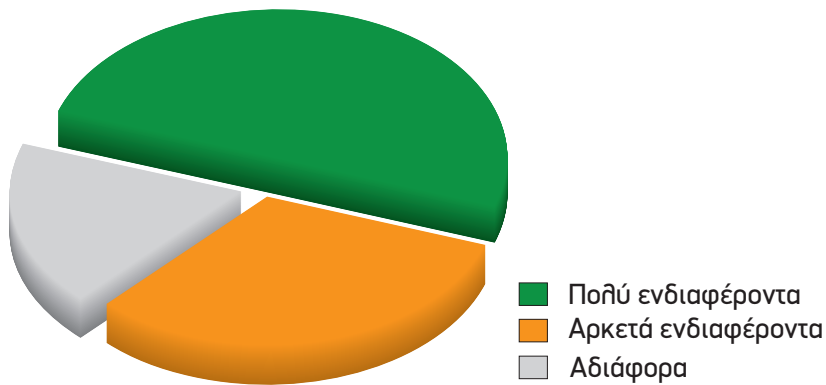
### Αναγνωσιμότητα

- Το 84% των Φαρμακοποιών διαβάζει ή τουλάχιστον ξεφυλλίζει το περιοδικό.
- Από το 16% αυτών που δεν το διαβάζουν, το 11,5% δηλώνει έλλειψη χρόνου, το 4% δεν θυμάται να το λαμβάνει, ενώ μόλις το 30,5% δεν ενδιαφέρεται να το λαμβάνει.



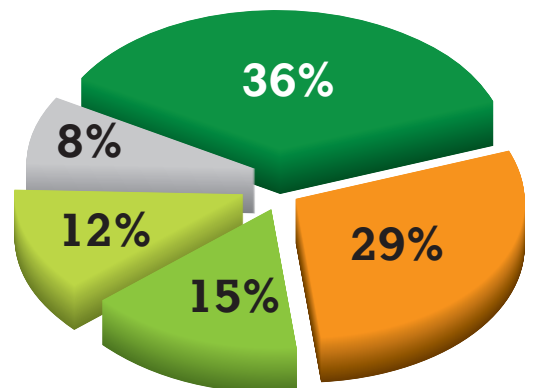
### Θεματολογία

- Το 82% βρίσκει τα θέματα του περιοδικού πολύ ή αρκετά ενδιαφέροντα.



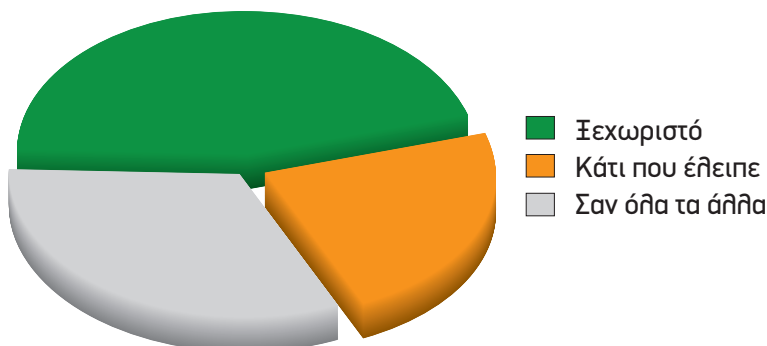
- Το 36% θεωρεί όλα ανεξαιρέτως τα θέματα του περιοδικού πολύ ενδιαφέροντα.
- Το 29% ενδιαφέρεται περισσότερο για την Επικοινωνία Πελάτη.
- Το 15% για τα θέματα Διοίκησης.
- Το 12% ενδιαφέρεται περισσότερο για τη Διαχείριση.
- Το υπόλοιπο 8% ενδιαφέρεται για τα άλλα θέματα, όπως η Παρουσίαση Φαρμακείων, η Ανάλυση της Αγοράς, τα Διεθνή Νέα κ.λπ.

### ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ



### Μοναδικότητα - Καινοτομία

- Το 68% των Φαρμακοποιών θεωρεί πως είναι ένα περιοδικό ξεχωριστό ή κάτι που έλειπε από το χώρο.



# Μια σύγχρονη εικόνα για το φαρμακείο



Ως πρόεδρος του δικτύου φαρμακείων Active Health αλλά και ως μάχιμος φαρμακοποιός εδώ και είκοσι χρόνια, ο κ. **Δημήτρης Αναγνωστόπουλος** μας παρουσιάζει την νέα εικόνα του χώρου που διαμόρφωσε πρώτος στο φαρμακείο του ως πρότυπο για τα άλλα φαρμακεία της συνένωσης. Παράλληλα, μας μιλά για τα επιτεύγματα και τις προοπτικές αυτής της ομάδας φαρμακείων που εκπροσωπεί η Active Health.

#### **PHARMACY MANAGEMENT Ποια είναι η πορεία της Active Health από την ίδρυσή της μέχρι σήμερα;**

**ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ** Η Active Health είναι το πρώτο δίκτυο ανεξάρτητων φαρμακείων στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε με τη μορφή πολυμετοχικής εταιρείας το 2002 από φαρμακοποιούς, οι οποίοι με την εμπειρία τους στο χώρο, διέγνωναν την ανάγκη της καινοτομίας, προβλέποντας τις εξελίξεις στον κλάδο τους. Σήμερα αποτελεί ένα δυναμικό πανελλαδικό δίκτυο, στο οποίο συμμετέχουν μερικά από τα πιο εύρωστα φαρμακεία της χώρας, με μέσο όρο επισκέψεων 45.000 πελάτες/ημέρα, μέσο ετήσιο τζίρο 965.000€ ανά σημείο και προσωπικό κατά μέσο όρο τα 3 άτομα ανά σημείο.

Η Active Health προσφέρει στα μέλη της σύγχρονα μέσα και τεχνολογία με άμεσο αποτέλεσμα την ανάπτυξη και εξυγίανση των φαρμακείων τους και μακροπρόθεσμο στόχο την ανάπτυξη με όρους βιωσιμότητας και αειφόρου πορείας.

Παράλληλα, απολαμβάνουμε εξειδικευμένη και στοχευμένη επικοινωνία με τον καταναλωτή μας, με δικές μας εκδόσεις εντύπων και ενέργειες προβολής, με άμεση έκθεση και μεγάλη ορατότητα. Δημιουργούμε νέες υπηρεσίες και βελτιώνουμε τις υφιστάμενες, ενώ φροντίζουμε να επωφεληθεί όσο το δυνατόν περισσότερο ο πελάτης μας, εξασφαλίζοντάς του οικονομικά προϊόντα και ειδικές προσφορές, που διατίθενται αποκλειστικά στα φαρμακεία του δικτύου μας.

Το πιο πρόσφατο βήμα που κάναμε για την ενίσχυση της εικόνας του δικτύου ήταν η ανάθεση σε εξειδικευμένη εταιρεία μελετών της δημιουργίας του **Active Health Concept Pharmacy**. Μελετώντας την απόδοση των φαρμακείων του δικτύου καταλήξαμε σε κάποια συμπεράσματα και κάποιες αποφάσεις που θέλαμε να εφαρμόσουμε, αλλά χρειαζόμασταν το σωστό πλαίσιο. Καταλήξαμε σε σύστημα εξορθολογισμού ραφίου και είδαμε επίσης ότι όχι μόνο μπορούσαμε αλλά και έπρεπε να εισαγάγουμε κάποιες νέες κατηγορίες προϊόντων. Στη συνέχεια χρειαζόμασταν για την υλοποίηση αυτών των αποφάσεων ένα σχέδιο δυνατό, κατανοητό και ευ-

έλικτο. Ο νέος χώρος λοιπόν, χαρακτηρίζεται από φωτεινά, φιλόξενα χρώματα που παραπέμπουν στην ευεξία και τη φροντίδα της υγείας και της ομορφιάς μας, με φυσικά μέσα. Το βασικό σχήμα που χρησιμοποιείται είναι το ελλειπτικό, το οποίο όχι μόνο αναπαράγει το στοιχείο αυτό του λογοτύπου μας, αλλά είναι και σχήμα φιλικό και άνετο, κάτι που δεν συμβαίνει π.χ. με τις έντονες γωνίες και τα αυστηρά σχήματα. Το δικό μου Φαρμακείο ήταν το πιλοτικό, το πρώτο στο οποίο εφαρμόστηκε το συγκεκριμένο concept. Η ανακαίνιση έγινε το καλοκαίρι και ήδη έχουμε δει τα πρώτα αποτελέσματα. Τα πιο θεαματικά αποτελέσματα τα παρατηρήσαμε στις νέες κατηγορίες που ανέφερα πιο πάνω και επίσης σε κατηγορίες προϊόντων που σχετίζονται με φυτικά συστατικά. Συμπέρασμα: αποστολή εξετελέσθη!

#### **P.M. Ποιες υπηρεσίες και προνόμια προσφέρετε στα φαρμακεία-μέλη σας;**

**Δ.Α.** Επενδύουμε στην τεχνολογία, την έρευνα, τη συνεχή εκπαίδευση, τη διαχείριση σημείων λιανικής και τα ομώνυμα προϊόντα, ενισχύοντας έτσι το ρόλο του φαρμακοποιού - συμβούλου και ενδυναμώνοντας την εταιρική μας εικόνα. Στο πλαίσιο των υπηρεσιών μας, χτίζουμε εξατομικευμένο πλάνο ανάπτυξης για κάθε φαρμακείο και βελτιώνουμε καθημερινά την αναγνωρισιμότητα του δικτύου προς τον καταναλωτή. Καθοδηγούμε τα μέλη μας στη διοίκηση της επιχείρησής τους, τα βοηθάμε να εξυγιάνουν τις εμπορικές πρακτικές τους, ενώ παράλληλα τους προσφέρουμε προνόμια τα οποία κατά μόνας δεν θα μπορούσαν να εξασφαλίσουν.

Πρόσφατα, μάλιστα, διοργανώσαμε 4 εκπαιδευτικές συναντήσεις για τα μέλη μας και προγραμματίζουμε 2 ακόμη ως το τέλος του έτους, πάντα με επαγγελματίες εισηγητές και με θεματολογία επιλεγμένη από το ίδιο το δίκτυο, βάσει αναγκών.

Στο πλαίσιο της διαχείρισης σημείων λιανικής, οι σύμβουλοι της Active Health παρακολουθούν μαζί με το φαρμακοποιό την απόδοση του εκάστοτε φαρμακείου, ενώ μεταδίδουν τη σημασία στοιχείων, όπως η σωστή διαχείριση παραγγελιών και αποθέματος. Σε αυτό υποστηρίζονται από το τμήμα merchandising της Active Health που βάζει σε εφαρμογή πορίσματα σχετικά με την απόδοση του φαρμακείου και από τη μηχανογράφησή μας που μέσω του δικού μας προγράμματος Active Net, κάνει διαθέσιμα τα απαραίτητα στατιστικά, εξυπηρετώντας παράλληλα τις καθημερινές ανάγκες μηχανογράφησης του φαρμακείου.

#### **P.M. Ποια τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που έχει ένας φαρμακοποιός που εντάσσεται στο δίκτυό σας και με τι αντίκρισμα;**

**Δ.Α.** Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που έχει ένα φαρμακείο - μέλος της ΑΗ είναι ολοφάνερα από όσα έχουμε πει πιο πάνω: Το φαρμακείο γίνεται επιχείρηση

υγιής και δυναμική, με στόχο και σχέδιο, ενώ την ίδια στιγμή ο φαρμακοποιός μαθαίνει πώς να υποστηρίζει αυτό το σχήμα και πώς να εργάζεται προς την κατεύθυνση όχι μόνο της συνεχούς ανάπτυξης, αλλά και της βιωσιμότητας, κάτω από οποιοσδήποτε συνθήκες και ενόψει οποιωνδήποτε εξελίξεων.

**P.M. Πώς γεννήθηκε αυτή η έννοια της κοινής εικόνας στο χώρο και της ενιαίας ταυτότητας για τα φαρμακεία του δικτύου σας;**

**Δ.Α.** Ήταν ο μόνος δρόμος. Από τη στιγμή της ίδρυσης της Active Health κινούμαστε επάνω σε αυτόν τον άξονα. Όχι μόνο να είμαστε, αλλά και να φαινόμαστε δίκτυο. Το λογότυπο, ο χρωματικός κώδικας, οι εποχικές προβολές και οι αναριθμητές εφαρμογές αυτών των στοιχείων, αναπαράγονται σε όλα τα φαρμακεία του δικτύου μας στο πλαίσιο της ενιαίας ταυτότητας. Απώτερος στόχος είναι, οι ενιαίες υπηρεσίες που προσφέρουμε στον πελάτη να αντικατοπτρίζονται αφενός στην όψη, προκειμένου να γίνονται άμεσα αντιληπτές, αφετέρου στη διάταξη του εσωτερικού χώρου, ώστε να εξυπηρετείται ο καταναλωτής με το ίδιο επίπεδο υπηρεσιών και προϊόντων σε κάθε φαρμακείο του δικτύου.

**P.M. Τι πλεονεκτήματα θα δώσει αυτή η νέα εικόνα του χώρου στα φαρμακεία του δικτύου σας, απέναντι στα άλλα φαρμακεία της περιοχής τους;**

**Δ.Α.** Γίνονται αυτομάτως άμεσα αναγνωρίσιμα λόγω όψης, σχημάτων, χρωμάτων, αλλά επιπλέον συνοδεύονται από συγκεκριμένες υπηρεσίες προς τον καταναλωτή οι οποίες είναι μοναδικές. Το σχέδιο είναι μελετημένο έτσι ώστε να προσκαλεί και να εμπνέει τον πελάτη, να τον κάνει να νιώθει άνετα αλλά και να τον εξυπηρετεί ταχύτερα και πιο αποτελεσματικά. Από την άλλη, όπως είπαμε και πριν, η νέα εικόνα συνοδεύεται από νέα διάταξη και νέες διαδικασίες, οι οποίες εξυπηρετούν και την επιχειρησιακή υγεία του φαρμακείου, παρουσιάζοντας με σαφήνεια τις διαθέσιμες κατηγορίες προϊόντων, οδηγώντας τον ίδιο το φαρμακοποιό σε σωστές παραγγελίες και δίνοντας επαρκή και καλή εξοπλισμένο χώρο στο προσωπικό.

**P.M. Σε αντίθεση με άλλες χώρες στην Ευρώπη όπως π.χ. Γαλλία ή Ιταλία, όπου τα δίκτυα φαρμακείων «ανθούν», ποια κατά τη γνώμη σας είναι τα «φρένα» της ένταξης του Έλληνα φαρμακοποιού σε μια συνένωση;**

**Δ.Α.** Αυτό που πρέπει να συνειδητοποιήσουμε πρώτα απ' όλα είναι ότι ακόμη και αν η δουλειά πηγαίνει πολύ καλά τώρα, αυτό δεν θα κρατήσει για πάντα όπως συμβαίνει ήδη στα ευρωπαϊκά φαρμακεία! Το πρώτο φρένο, λοιπόν, είναι οι σταθερές τάσεις ανάπτυξης της αγοράς που μας κάνουν να επαναπαυόμαστε αντί να ψαχνόμαστε. Ωστόσο, ένας επαγγελματίας οφείλει να φροντίζει

για το μέλλον του ακριβώς όταν έχει το περιθώριο κινήσεων και όχι αφού αρχίσουν να πιέζουν οι συνθήκες. Των φρονιμών τα παιδιά πριν πεινάσουν μαγειρεύουν. Το δεύτερο φρένο δεν είναι άλλο από την παροιμιώδη αντίσταση του Έλληνα σε κάθε μορφή ομαδικής εργασίας! Όμως, η «ισχύς εν τη ενώσει» βρίσκεται κι αυτό ευτυχώς το ενστερνίζονται οι φαρμακοποιοί που συνεργάζονται με την Active Health και βλέπουν τα οφέλη. Ας μην ξεχνάμε ότι εδώ στην Ελλάδα αναλογούν σε κάθε φαρμακείο περίπου 1.000 κάτοικοι και όχι 4, 6 ή 8 χιλιάδες όπως σε άλλες χώρες. Αυτό δίνει μεν εύκολη και σίγουρη επαγγελματική διεξοδο στους Έλληνες πτυχιούχους φαρμακοποιούς, αλλά παράλληλα οδηγεί και σε μεγάλη διάσπαση της αγοράς. Πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ότι σε χώρες όπως η Γερμανία, η Ιταλία, η Πορτογαλία το καθεστώς τα τελευταία χρόνια αλλιάζει και μάλιστα εις βάρος των φαρμακοποιών. Σίγουρα εδώ παραμένουμε προστατευμένοι σε ένα επίπεδο, αλλά όχι σε όλα κι αυτό σημαίνει ότι πρέπει να είμαστε σε ετοιμότητα. Τα μηνύματα από την Ευρώπη καλό είναι να τα αφουγκραζόμαστε και όχι να τα αγνοούμε, ακόμη κι αν δεν απειλούμαστε άμεσα ή ολοκληρωτικά. Στο κάτω-κάτω της γραφής, τίποτε δεν κρατάει για πάντα και επίσης δεν ξέρουμε τι άλλες αλλαγές ενδέχεται να κληθούμε να αντιμετωπίσουμε. Πάνω απ' όλα, σημασία για μας έχει να συμβαδίζουμε με τον καιρό μας και να προχωράμε προς τα εμπρός. Το φαρμακείο δεν είναι πια μόνο ο πάγκος, είναι μια μικρή επιχείρηση με πελάτες που περιμένουν από μας ανώτερη εξυπηρέτηση από αυτήν που μπορούν να βρουν αλλού. Έχουμε τις προδιαγραφές για να είμαστε ανταγωνιστικοί εμπορικά. Γιατί, λοιπόν, να μην συνεργαστούμε μεταξύ μας πρώτα και να μην καλλιτεργήσουμε αυτή τη δύναμή μας;

**P.M. Ως φαρμακοποιός μάχιμος, παράλληλα με το ρόλο σας στην Active Health, τι θα συμβουλευάτε τους συναδέλφους σας φαρμακοποιούς για την εξέλιξή τους στο σημερινό περιβάλλον της αγοράς;**

**Δ.Α.** Να προσέχουν για να έχουν! Έχουμε την καλή τύχη να ανήκουμε σε κλάδο ο οποίος ακόμη και σε καιρό κρίσης, πλήττεται ελάχιστα ως καθόλου. Τώρα είναι η ώρα λοιπόν, να προετοιμαστούμε για το μέλλον και να διασφαλίσουμε τη βιωσιμότητα της μικρής τους επιχείρησης με απλές και έξυπνες κινήσεις που δίνουν προτεραιότητα στην εξυπηρέτηση του πελάτη και παράλληλα διασφαλίζουν την υγιή ανάπτυξη και συντήρηση της δουλειάς τους. Αυτό ισχύει διπλά για όσους από μας έχουν παιδιά φαρμακοποιούς τα οποία θα κληθούν να αναλάβουν το φαρμακείο και να ζήσουν απ' αυτό για τα επόμενα 30-40 χρόνια. Το καλό που έχει κανείς οφείλει να το καλλιτεργεί και να το τιμά και γι' αυτό πρέπει να δίνουμε τη μεγαλύτερη δυνατή σημασία και αξία στον πελάτη που μας στηρίζει. ■

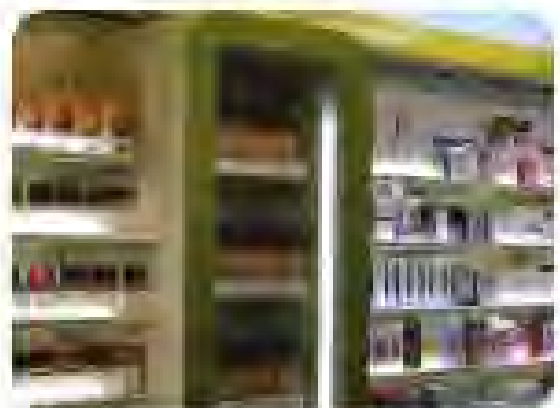
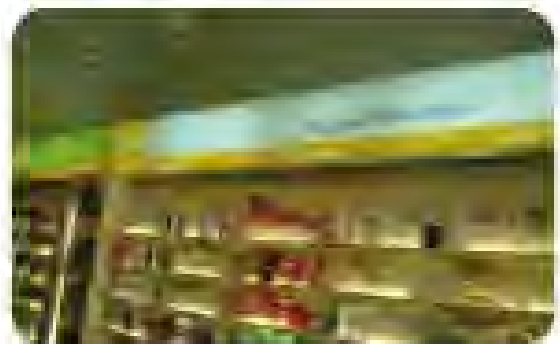
**ΠΡΟΦΙΛ**

**Ο Δημήτρης Αναγνωστόπουλος γεννήθηκε και μεγάλωσε στην Αθήνα. Σπούδασε Φαρμακευτική στο Πανεπιστήμιο Αθηνών και το 1987 απέκτησε το δικό του φαρμακείο στον Άλιμο. Από το 2006 είναι εκλεγμένος Πρόεδρος της Active Health και παράλληλα διατελεί Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας.**



Η Active Health είναι το πρώτο δίκτυο ανεξάρτητων φαρμακείων στην Ελλάδα. Πάντα μπροστά, τώρα με το νέο Active Health Concept Pharmacy μετατρέπει το φαρμακείο σε χώρο ευεξίας και ευζωίας, εξασφαλίζοντας:

- εύκολη πρόσβαση στις κατηγορίες προϊόντων
- αποκτούς χώρους για την εργασία του προσωπικού
- εξακονόμητη χώροι και χρόνοι στη λειτουργία του φαρμακείου
- αποτελεσματικό έλεγχο αποθέματος
- καλύτερη εξυπηρέτηση καταναλωτή



Γίνε κι εσύ μέλος του Active Health με ένα τηλεφώνημα στο 210-9737170!

Κανάρη 2, Δάφνη 172-35, τηλ. 210-9737170, [www.activehealth.gr](http://www.activehealth.gr)



# Από το όνειρο στην πραγματικότητα

Στη Θεσσαλονίκη στο κέντρο της πόλης, το φαρμακείο της Ρίτας Γκατζούλη πέτυχε το στοίχημα. Συνδυάζοντας εργονομία με ένα συμμετοχικό management που δίνει πρωτοβουλίες, αρμοδιότητες και παράλληλα ενθαρρύνει, η φαρμακοποιός απολαμβάνει πλέον το όνειρό της.

**Μ**ε μία διάθεση χαράς και ικανοποίησης η φαρμακοποιός κ. Ρίτα Γκατζούλη μας εκμυστηρεύεται σκηνές από τα παιδικά της χρόνια. «Από μικρή έπαιζα τη φαρμακοποιό. Πουλούσα στις φίλες μου τα "φάρμακα", σπιτόκουτα που είχαν μέσα καραμέλες, για τις υποτιθέμενες άρρωστες κουκλιτσές τους. Ο μπαμπάς μου, γιατρός σε μακρινό χωριό των Γρεβενών... Ήταν η εποχή που οι γιατροί των απομακρυσμένων περιοχών είχαν άδεια χορήγησης φαρμάκων. Όλα εκείνα τα πολύχρωμα κουτάκια που ήταν κλειδωμένα στο μικρό ντουλαπάκι μου εξήγαν την φαντασία. Πάντα είχα την επιθυμία να γίνω φαρμακοποιός. Όταν άκουσα το όνομά μου στους επιτυχόντες της Φαρμακευτικής Σχολής Θεσσαλονίκης, έτρεξα με τη φίλη μου Στέλλα και πηδήξαμε στο σιντριβάνι του πάρκου, του τότε ζωολογικού κήπου. Το όνειρο μου θα γινόταν επιτέλους πραγματικότητα!».

Άνοιξε το πρώτο της φαρμακείο στη Γέφυρα Θεσσαλονίκης. Το 1987 το φαρμακείο μεταφέρθηκε στην Θεσσαλονίκη, Τσιμισκή 102, όπου λειτουργεί έως και σήμερα. Η Τσιμισκή είναι η καρδιά της πόλης, το εμπορικό κέντρο και σφύζει πάντα από ζωή. Γύρω από το φαρμακείο έχει σχετικά λίγους γιατρούς και οι πελάτες που κατοικούν στα διαμερίσματα είναι συνήθως μεσήλικες και συνταξιούχοι. Αλλά υπάρχουν και τα καταστήματα με τους εργαζόμενους, συνήθως νέους, καθώς και οι περαστικοί που «σουλατσάρουν» στην αγορά της πόλης. «Οι περισσότεροι από τους πελάτες μας» συνεχίζει η φαρμακοποιός «είναι άτομα με γνώσεις και υψηλές απαιτήσεις, γενικά και ειδικά αρκετά "ψαγμένοι". Έρχονται να μας συμβουλευτούν και ακόμη, μη σας φανεί παράξενο, να

“τσεκάρουν” τις γνώσεις μας. Πολλοί είναι αυτοί που έρχονται εδώ για να αναζητήσουν εναλλακτικές λύσεις φυτοθεραπείας ή ομοιοπαθητικής σε θέματα υγείας. Έτσι το μείγμα προϊόντων φαρμάκου – παραφαρμάκου είναι της αναλογίας 53%-47%. Φροντίζουμε το φαρμακείο, παρόλο το σχετικά μικρό του χώρο, να έχει πληρότητα προϊόντων ώστε να ικανοποιεί τις ανάγκες της ποικιλόμορφης πελατείας του. Αγαπώ και ασχολούμαι με την εναλλακτική θεραπευτική. Θέλω να έχουμε ένα καλά οργανωμένο εργαστήριο με ομοιοπαθητικά, βάμματα, αιθέρια έλαια, ανθοϊάματα του Dr Bach καθώς και συμπληρώματα διατροφής. Την αγάπη αυτή την πέρασα και στην ομάδα μου που εργάζεται και εκπαιδύεται σε αυτό το πεδίο με ιδιαίτερο ζήλο. Θεωρώ ότι ο τομέας των εναλλακτικών προϊόντων καθιερώνει την αξιοπιστία του φαρμακοποιού, μιας και τα τελευταία χρόνια υπάρχει στροφή του κοινού προς τις συγκεκριμένες θεραπευτικές προσεγγίσεις».

## ΕΡΓΟΝΟΜΙΑ ΣΤΗ ΔΙΑΤΑΞΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

«Σε λίγο ολοκληρώνεται και η τρίτη ανακαίνιση του φαρμακείου μέσα στη δεκαετία και αυτό στην προσπάθειά μου να συνδυάσω εργονομία, αισθητική και λειτουργικότητα, ώστε να εξυπηρετούνται οι πελάτες εύκολα και γρήγορα, καθώς συνήθως είναι περαστικοί και βιαστικοί. Με σύμμαχο τη Pharma Plus, το δίκτυο φαρμακείων στο οποίο ανήκει το φαρμακείο, κερδίσαμε πολύτιμο χώρο και το φαρμακείο έγινε πιο φωτεινό και πιο ανάλαφρο».

Ο χώρος των πωλήσεων είναι 60m<sup>2</sup> και έχει κατηγοριοποιηθεί σε τμήματα φαρμάκων, καλλυντικών, συμπληρωμάτων διατροφής, βρεφικών, προϊόντων στοματικής υγιεινής, ανατομικών υποδημάτων και φυτοθεραπευτικών σκευασμάτων, τα οποία διατάσσονται σε κάθετες ραφίδες. Σε όλα τα ράφια υπάρχουν εμφανείς σημάσεις ώστε το κοινό να αναγνωρίζει εύκολα τις κατηγορίες προϊόντων ανάλογα με τις ανάγκες του. Ένα ιδιαίτερο ταμείο στη μέση αυτού του χώρου εξυπηρετεί κυρίως τους πελάτες με καλλυντικά και παραφάρμακα και έτσι «ανακουφίζει» από το συνωστισμό των πελατών στις 2 θέσεις εξυπηρέτησης, κυρίως για συνταγές, στον πάγκο του φαρμακείου. Στο βάθος, το Back Office του φαρμακείου, 32m<sup>2</sup>, φιλοξενεί την αποθήκη, το γραφείο και το εργαστήριο. Παράλληλα, αποτελεί το χώρο για μια εμπιστευτική προσέγγιση και συμβουλή υγείας σε ασθενείς-πελάτες καθώς και για συζητήσεις με εμπορικούς αντιπροσώπους, ώστε να μην γίνονται διαπραγματεύσεις στο χώρο υποδοχής πελατών. «Προσωπικά, θα επιθυμούσα ένα χώρο μεγαλύτερο, ωστόσο θεωρώ ότι έχω αξιοποιήσει

## ΕΝΑ ΣΥΓΧΡΟΝΟ MANAGEMENT

«Η ομάδα μας είναι η ψυχή του φαρμακείου μας. Εργάζονται με καλοπροαίρετη διάθεση και ομαδικό πνεύμα. Η συνεργασία μου μαζί τους στηρίζεται στην στροφή του Τάο “αν δεν επιβληθώ στους ανθρώπους εκείνοι γίνονται ο εαυτός τους” και είναι αυτό ακριβώς που επιθυμώ: Επιτρέπω αντί να Παρεμβαίνω.

Θεωρώ ότι η αυταρχικότητα και η επιβολή του manager “φτωχαίνει” τη συνεργασία με την έννοια ότι δεν αφήνονται ελεύθεροι να εμπνευστούν και να δημιουργήσουν. Όλοι μαζί συμμετέχουμε σε εκπαιδευτικά σεμινάρια και πολλές φορές κάνουμε σεμινάρια μεταξύ μας και προτείνουμε λύσεις σε θέματα υγείας. Έτσι μεταδίδουμε τις γνώσεις ο ένας στον άλλον. Έχουν όλοι στόχους και θεωρώ ότι η επιβράβευση υλική αλλά και μη υλική, ακόμη και με ένα “μπράβο” ή ένα απλό “ευχαριστώ”, είναι πράγματι σημαντικό στοιχείο της διοίκησης των ατόμων. Αποτελεί κίνητρο για να δώσουν τον καλύτερο εαυτό τους. Όσο για την οργάνωση εργασίας και τα στρατηγικά ετήσια πλάνα, εδώ συμβάλλει η τεχνογνωσία της Pharma plus. Έτσι με το year planning προετοιμαζόμαστε έγκαιρα, βελτιώνοντας την ποιότητα εργασίας και τις υπηρεσίες που προσφέρουμε.

Μεταξύ μας το slogan είναι “αντιμετώπισε τις δυσκολίες όσο ακόμη είναι εύκολες”»!



στο έπακρο αυτόν που μου προσφέρεται. Έχουμε επιλέξει προϊόντα με αξιοπιστία αλλά και ανταποκρινόμενα στις απαιτήσεις των πελατών μας και τα έχουμε κατηγοριοποιήσει με καλαισθησία, ώστε ο πελάτης να εξυπηρετείται και να προσανατολίζεται με ευκολία».

### ΕΝΑ ΟΜΑΔΙΚΟ ΠΝΕΥΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Θεωρώ τη σύμπτωση, την αρμονία, την εκπαίδευση και την εγκάρδια εξυπηρέτηση, βασικά στοιχεία για τα άτομα του φαρμακείου», επισημαίνει η κ. Γκατζούλη.

Η ομάδα αποτελείται από έξι άτομα:

Ο Γιάννης είναι υπεύθυνος για τη σωστή λειτουργία του φαρμακείου αλλά και ο ειδικός στους Η/Υ. Είναι υπεύθυνος μηχανοργάνωσης και κρατά τα στοιχεία αγορών και πωλήσεων, καταγράφει τις συνταγές των ταμείων και εξυπηρετεί και στις συναλλαγές με τις τράπεζες.

Ο Στέφανος είναι βοηθός φαρμακοποιού, εργάζεται στην εξυπηρέτηση πελατών στον πάγκο με κύρια αρμοδιότητα τις εναλλακτικές θεραπείες, τις οποίες ετοιμάζει στο εργαστήριο, διευθετεί και επικοινωνεί προς τους πελάτες με ιδιαίτερο ζήλο.

Για την εξυπηρέτηση των φαρμάκων στον πάγκο η Αγγελική, που είναι φαρμακοποιός μαζί με την Αναστασία.

Η Μαρίνα, η αισθητικός, πάντα με χαμόγελο και θετική διάθεση, έτοιμη για να δώσει τις καλύτερες συμβουλές ομορφιάς και όχι μόνο. Εξυπηρετεί σε όλο το χώρο των παραφαρμάκων.

«Last but not least», η Ρίτα Γκατζούλη, η υπεύθυνη φαρμακοποιός που ασχολείται βασικά με το σχεδιασμό και την παρακολούθηση όλων των ενεργειών στο φαρμακείο της και με την καθοδήγηση και την εμπύχωση του προσωπικού, χωρίς να επεμβαίνει όμως στη δουλειά τους. Είναι μια σύγχρονη φαρμακοποιός-manager!

Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στη συνεχή εκπαίδευση της ομάδας. Μέσω της Pharma Plus οργανώνονται για τους βοηθούς 2 φορές το χρόνο διήμερα σεμινάρια για πωλήσεις και

marketing, με παράλληλες εκπαιδεύσεις σε προϊόντα, ανάλογα με την εταιρεία - σπόνσορα της εκδήλωσης. Επίσης, ανάλογα φυσικά με τον τομέα αρμοδιότητας του κάθε υπαλλήλου, παρακολουθούν σεμινάρια που οργανώνονται και από εταιρείες αυτόνομα, αλλά και από τον Συνεταιρισμό Θεσσαλονίκης, ο οποίος κυρίως επικεντρώνεται σε θεραπευτικές προσεγγίσεις.

«Ένα σημαντικό εργαλείο του management θεωρώ ότι είναι τα meeting εργασίας» μας λέει η φαρμακοποιός «τα οποία ακόμη δυστυχώς δεν τα έχουμε βάλει σε πλήρη εφαρμογή. Μέσα στα πλάνα μου όμως από τον καινούργιο χρόνο είναι τα εφαρμόζουμε μία φορά το μήνα σε συστηματική βάση, γιατί θεωρώ ότι όχι μόνο είναι πηγή ιδεών αλλά και ενισχύουν το ομαδικό πνεύμα».

### ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

«Στα 22 χρόνια που είμαι στην περιοχή έχει δημιουργηθεί μια σχέση εμπιστοσύνης με τους πελάτες μας. Έχω εξασκηθεί στο να ακούω τις ανάγκες των πελατών μου, ακολουθώ τη διαίσθησή μου και τις γνώσεις μου στην εξεύρεση λύσεων. Προσφέροντας γνώση και αξιόπιστα προϊόντα η πελατεία αυξάνεται. Η εκπαίδευση του προσωπικού, η εγκάρδια υποδοχή, η προσωπική επαφή με τον πελάτη, η εξειδίκευση, η ταχύτητα εξυπηρέτησης, η ενημέρωση για νέα προϊόντα, η καθαριότητα, η οργάνω-



ση προβολών και events καθώς και τα διάφορα δώρα, αποτελούν υπηρεσίες προς τους πελάτες μας και οι υπηρεσίες αυτές είναι για μας η προστιθέμενη αξία».

### ΜΕ ΕΝΑ ΔΥΝΑΤΟ ΣΥΜΜΑΧΟ

«Τα μηνύματα που έρχονταν από το εξωτερικό για το μέλλον του φαρμακείου, ο αυξανόμενος ανταγωνισμός, η ανάγκη συνεχούς εκπαίδευσης και η ανάγκη υποστήριξης από ειδικούς, με έκαναν να ενταχθώ από τους πρώτους στο δίκτυο φαρμακείων της Pharma plus, με την οποία συνεργάζομαι τα τελευταία 7 χρόνια. Στην αρχή βέβαια όταν ξεκίνησα να σκέφτομαι τη συνεργασία μου με κάποιο δίκτυο είχα εύλογα ενδοιασμούς. Ήμουν αρκετά σκεπτική, κυρίως λόγω των όσων ακούγονταν στην αγορά για την υποτιθέμενη "κυριαρχία" των δικτύων σε βάρος του απλού φαρμακοποιού.

Επειδή όμως ήθελα η δική μου επιχείρηση να είναι ανταγωνιστική και κυρίως κερδοφόρα, χωρίς να χρειαστεί να πάρω επιχειρηματικά ρίσκα, ξεκίνησα την έρευνά μου αναφορικά με το τι προσφέρουν οι εταιρείες παροχής υπηρεσιών στους φαρμακοποιούς. Επέλεξα τελικά τη Pharma PLUS. Οι υπηρεσίες που μου παρέχει με βοηθούν πολύ, τόσο στη σωστή διαχείριση της επιχείρησής μου αλλά και του χρόνου μου, όσο και του χώρου. Επίσης η κάρτα προνομίων +plus card μας βοήθησε πολύ στη δημιουργία πιστών πελατών. Έτσι, και εγώ επωφεληθώ

μια γιατί προτιμούν το φαρμακείο μου για τις αγορές τους και εκείνοι όμως κερδίζουν δώρα και καλύτερες τιμές στις προσφορές. Έχουμε 3.500 αρχεία πελατών μηχανογραφημένα, γεγονός που διευκολύνει όχι μόνο τη σωστή συμβουλή υγείας προς τον πελάτη, γιατί γνωρίζουμε όλο το θεραπευτικό του ιστορικό, αλλά και τη διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων σε ανάλογες κατηγορίες πελατών, όπως «Ημέρα Διαβήτη», «Έλεγχος της Πίεσης», «Αντηλιακή προστασία» κ.ά. Εκεί όμως που η Pharma PLUS μου ήλπιε τα χέρια είναι στον τρόπο παραγωγής των προϊόντων, αλλά και στις διαπραγματεύσεις μέσω του προμηθευτικού κέντρου της. Μετά λοιπόν από όλο αυτό τον καιρό, πιστεύω ότι ορθά εντάχθηκα στο δίκτυό της, καθώς στους δύσκολους καιρούς των οικονομικών κρίσεων που ζούμε, νιώθω ότι έχω ένα δυνατό σύμμαχο στο πλευρό μου.

Έχουμε μεγάλα πλοία και δεν πρέπει να τα έχουμε ακυβέρνητα!».

### ΜΙΑ ΠΟΡΕΙΑ ΜΕ ΟΡΑΜΑ. ΕΝΑ ΤΑΞΙΔΙ ΖΩΗΣ

«Θυμίζω στον εαυτό μου πως όλα όσα έχω καταφέρει είναι αποτέλεσμα αυτών που έχω σκεφτεί και έχω σχεδιάσει. Θυμίζω πως οι σκέψεις γίνονται πράξεις με προσπάθεια και δουλειά και γι' αυτό έχω πάντα όνειρα και όραμα. Παραμένω εστιασμένη στις επιθυμίες και τους στόχους μου. Ευτυχώς έχω ένα επάγγελμα που το αγαπάω και έχω καταφέρει μετά από 30 χρόνια δουλειάς να περνώ το 1/3 του χρόνου ταξιδεύοντας. Δεν θέλω να στερεύω ζώντας μόνο για τη δουλειά. Το ταξίδι μου δίνει νέους ορίζοντες. Παράλληλα αξιοποιώ τα στοιχεία που υπάρχουν μέσα μου και πορεύομαι με αγάπη και στο ταξίδι της ζωής.

Ο Σαίξπηρ είπε: "Το σώμα είναι ο κήπος μας και η θέληση είναι ο κηπουρός".

Παραφράζοντας την ρήση θα πω: "Το φαρμακείο είναι ο κήπος μας και φαρμακοποιός ο κηπουρός".

Μόνο με ένα καλό κηπουρό μπορεί να ανθίσει αυτός ο κήπος!»! ■

# ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΤΟΥ 2020 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ και προσδοκίες για το ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ως επιστήμονα και ως επιχειρηματία

Το επάγγελμα του φαρμακοποιού στο σημερινό ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον, έχει ως αποτέλεσμα τη δικαιολογημένη δημιουργία προβληματισμού σχετικά με την αποστολή που έχει κληθεί να εκπληρώσει, ως επιστήμονας και επιχειρηματίας.

■ Από τον **ΑΘΑΝΑΣΙΟ ΒΟΖΙΚΗ**

Λέκτορα στο Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς

**Μ**έσα σε ένα σύγχρονο περιβάλλον, η επιστημονική γνώση, η διαχείριση της γνώσης και η ορθή επικοινωνία με όλους τους συμμετέχοντες στην παροχή υπηρεσιών υγείας, θα πρέπει να εκλαμβάνονται ως καθοριστικά στοιχεία, όχι μόνο της επαγγελματικής επιβίωσης του φαρμακοποιού, αλλά και της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών ιατρικής και φαρμακευτικής περίθαλψης αλλά και πρόληψης.

Ποιες είναι όμως οι βασικές προκλήσεις στις οποίες θα πρέπει να απαντήσει ο φαρμακοποιός, ώστε να μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του ρόλου του μέσα στην επόμενη δεκαετία;

Έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να παρουσιάσουμε και να σχολιάσουμε τα αποτελέσματα έρευνας που πραγματοποιήθηκε στα τέλη του 2008 από τη Βασιλική Φαρμακευτική Εταιρεία της Μεγάλης Βρετανίας. Στην έρευνα αυτή, στην οποία συμμετείχαν πάνω από 2.000 φαρμακοποιοί, ζητήθηκαν οι προβληματισμοί και οι απόψεις τους σχετικά με την εξέλιξη του επαγγέλματός τους μέσα στην επόμενη δεκαετία.

Συγκεκριμένα, τους ζητήθηκε να απαντήσουν στα παρακάτω ερωτήματα:

- **Με ποιες λειτουργίες (εργασίες) αναμένετε να ασχολείστε λιγότερο ή περισσότερο το 2020;**
- **Κατά τη γνώμη σας, ποια τρία γεγονότα είναι καθοριστικά, προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι του επαγγέλματός σας;**
- **Κατά τη γνώμη σας, ποιες είναι εκείνες οι τρεις παρεμβάσεις στις οποίες θα πρέπει να προβούν οι ενώσεις σας, προκειμένου να διαμορφώσουν το μέλλον των φαρμακείων; Και**
- **Κατά τη γνώμη σας, ποιες τρεις ενέργειες θα πρέπει να κάνετε τώρα, για να διαμορφώσετε εσείς το μέλλον του φαρμακείου που προσδοκάτε;**



## Γνωρίστε τη νέα υπηρεσία Οργάνωσης Φαρμακείων του Ομίλου ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε. ...

Η εξειδικευμένη ομάδα Merchandising του ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε. έχοντας τη γνώση και την εμπειρία της φαρμακευτικής αγοράς, προσφέρει στο φαρμακείο επαγγελματίες λύσεις δημιουργώντας υψηλό επίπεδο εμπορικούς χώρους με επιστημονικό και ποιοτικό προφίλ για την καλύτερη εξυπηρέτηση του καταναλωτή.

### ... και άμεσα αποκτήστε!

- Ενιστά εικόνα με τα 1.500 φαρμακεία ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε. διατηρώντας την κάθε μοναδικότητα
- Ανανέωση και αναβάθμιση του επιστημονικού σας χώρου πώλησης
- Βελτιστοποίηση των ήδη υφιστάμενων χώρων και ανάπτυξη κατηγοριών
- Ενίσχυση πιστότητας και εμπιστοσύνης του καταναλωτή με βάση τις ανάγκες του
- Δημιουργία ξεκάθαρων προϊοντικών προτάσεων στο χώρο πώλησης του φαρμακείου σας
- Βελτίωση εξυπηρέτησης και καταναλωτικού ενδιαφέροντος
- Αύξηση αγοραστικής εμπειρίας και ικανοποίησης





### Στην πρώτη ερώτηση, οι φαρμακοποιοί ανέφεραν σαν εργασίες που αναμένουν να εκτελούν περισσότερο:

- Την παροχή συστάσεων και συμβουλών προς τους ασθενείς,
- Την παροχή υποδείξεων σε άλλους επαγγελματίες υγείας και
- Την προαγωγή της υγείας.

Όσον αφορά τις εργασίες που αναμένουν να εκτελούν λιγότερο, είναι:

- η εκτέλεση συνταγών,
- η ενασχόληση με εργασίες ρουτίνας και
- η πώληση μη φαρμακευτικών προϊόντων.

### Στη δεύτερη ερώτηση, τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι απαντήσεις σχετικές με:

- Την αναγκαιότητα συνεργασίας των φαρμακοποιών με άλλους επαγγελματίες υγείας,
- Την προώθηση της ανάδειξης και ενδυνάμωσης του κοινωνικού ρόλου του φαρμακοποιού και
- Την αξιοποίηση της τεχνολογίας της πληροφορικής και της επικοινωνίας (ΤΠΕ).

### Στην τρίτη ερώτηση, οι απαντήσεις των φαρμακοποιών επικεντρώθηκαν στην:

- Εναρμόνιση των παρεμβάσεων και πολιτικών των διαφόρων ενώσεών τους,
- Στην ανάδειξη του ρόλου των φαρμακοποιών,
- Στην υλοποίηση προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης και
- Στην δυνατότητα παροχής μεγαλύτερου εύρους υπηρεσιών.

#### ΠΡΟΦΙΛ

Ο κ. Αθανάσιος Βοζίκης είναι Λέκτορας στο Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς, με ειδίκευση στα Οικονομικά της Υγείας και τα Πληροφοριακά Συστήματα.

Έχει διατελέσει μέλος επιτροπών εμπειρογνομώνων ανασχεδιασμού διαδικασιών, επιχειρησιακού και στρατηγικού σχεδιασμού του τομέα υγείας και μέλος ερευνητικών ομάδων σε διεθνή, ευρωπαϊκά και εγχώρια projects.

Έχει διδάξει μαθήματα σε προπτυχιακό και σε μεταπτυχιακό επίπεδο και έχει δημοσιεύσει μεγάλο αριθμό ερευνητικών εργασιών.

### Τέλος, στην τέταρτη ερώτηση οι φαρμακοποιοί δηλώνουν πρόθυμοι:

- Να διευρύνουν το ρόλο τους ως επαγγελματίες υγείας,
- Να διαθέτουν περισσότερο χρόνο για τους ασθενείς,
- Να ολοκληρώσουν την παροχή υπηρεσιών μέσω της συνεργασίας τους με άλλους επαγγελματίες υγείας και
- Να αναλάβουν νέα διευρυμένα καθήκοντα προς την κοινωνία.

Γενικά, από τα παραπάνω παρατηρείται μια προοπτική ανάδειξης του φαρμακοποιού ως επαγγελματία υγείας, η ενδυνάμωση της εικόνας του ως επιχειρηματία με ευρύτερα καθήκοντα και ρόλους και παράλληλα τονίζεται η ανάγκη της Συνεχιζόμενης Επαγγελματικής Ανάπτυξης (Continuing Professional Development, CPD) για την επίτευξη των προσδοκιών του.

Σε ποιο βαθμό όμως ο φαρμακοποιός στην Ελλάδα έχει αποδεχτεί μία κατάσταση που δεν συνάδει με το ρόλο που θα έπρεπε να έχει ως επιστήμονας υγείας;

Μία σειρά από αιτίες μπορούν να αναφερθούν γι' αυτή την αποδυνάμωση του ρόλου του, όπως για παράδειγμα η αυξανόμενη σημασία που αποδίδεται στην επιχειρηματική πρακτική του φαρμακείου, η μη συνεχιζόμενη πρακτική και θεωρητική εκπαίδευση ιδίως στις μη αστικές περιοχές, η έλλειψη χρόνου τόσο για τον ίδιο ως επιστήμονα όσο και για την επικοινωνία του με τον πελάτη-ασθενή, γεγονός που σαφώς απασχολεί και άλλους επαγγελματίες υγείας που ασχολούνται με υπηρεσίες Παροχής Φροντίδας Υγείας και τέλος, η δραστηριοποίησή του σε ένα περιβάλλον έντονα ρυθμιζόμενο και ελεγχόμενο.

Ο φαρμακοποιός στην Ελλάδα βιώνει πολύ ενδιαφέρουσες προκλήσεις και θα πρέπει να αναπτύξει με τη σειρά του αντίστοιχους προβληματισμούς για ένα όραμα, το οποίο να είναι φιλόδοξο αλλά και ρεαλιστικό συγχρόνως. Πρέπει να εξασφαλίσει ότι το φαρμακείο θα συνεχίσει να συμβάλει καθοριστικά στην παροχή φροντίδας υγείας, επικεντρωμένο στην ασθενο-κεντρική αντίληψη. Οι φαρμακοποιοί, αγωνιούν για την εξέλιξη του επαγγελματός τους και θα πρέπει να θέσουν από τώρα τα κρίσιμα ερωτήματα, ώστε οι απαντήσεις να αναδειχθούν μέσα από μια στρατηγική επίλυσης των προβλημάτων τους και στοχοθέτησης των προσδοκιών τους. ■



## Είναι σημαντικό να αναπνέεις ελεύθερα!

Το Bisolvon δρα άμεσα στο αναπνευστικό σύστημα, ρευστοποιεί τις βλεννώδεις εκκρίσεις και διευκολύνει στην απόκρεμσή τους, προκειμένου να επανέλθει η ομαλή λειτουργία του. Ενδείκνυται σε περιπτώσεις οξείων και χρόνιων βρογχοπνευμονικών παθήσεων όπως βρογχίτιδα, εμφύσημα, χρόνια οσθρατική βρογχίτιδα κλπ.

Είναι κατάλληλο για όλη την οικογένεια.  
Διατίθεται σε δύο μορφές: σιρόπι και διαλυτά δισκία.

# Bisolvon®

**Ελευθερώνει την αναπνοή.**

Boehringer Ingelheim Ελλάς Α.Ε., (Ελλάδα) S, 167 77 Ελκονό - ΑΘΗΝΑ, Τηλ. Κέντρο: 210 8306300

Το Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας και ο Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων Συνιστούν:  
**ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΡΟΣΕΚΤΙΚΑ ΤΙΣ ΟΔΗΓΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ**  
**ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΟ ΓΙΑΤΡΟ Ή ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ**

## ΑΝΔΡΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ

## Προσμένοντας



# το νέο άνδρα

Αν και ο άνδρας του 21<sup>ου</sup> αιώνα αρχίζει και φροντίζει το δέρμα του, το φαρμακείο δεν έχει ακόμη ένα σημαντικό μερίδιο αγοράς, παρόλο που η ποσοστιαία άνοδος αυτής της κατηγορίας τα τελευταία χρόνια είναι σημαντική. Ίσως οι μάρκες δεν έπαιξαν ακόμη το δυνατό χαρτί τους και στα επόμενα χρόνια το μερίδιο αυτής της αγοράς να είναι πολύ πιο σημαντικό.

**Σ**χεδόν άγνωστη η αγορά των καλλυντικών ανδρικής φροντίδας τη δεκαετία του '90, η κατηγορία γνωρίζει τη νέα χιλιετία μια νέα πορεία. Κανείς πλέον δεν το αμφισβητεί. Ο σύγχρονος άνδρας φροντίζει το δέρμα του, αλλά κυρίως κάνει τα πρώτα του βήματα στα καταστήματα επιλεκτικής. Το φαρμακείο είναι ακόμη γι' αυτόν το κατάστημα που είναι συνδεδεμένο με τα προβλήματα στο δέρμα, όπως ευαισθησία, ακμή, θυλακίτιδες κ.λπ. Δεν του έδωσε ακόμη την εικόνα, όπως συμβαίνει με τη γυναικεία καλλυντική φροντίδα, ότι εδώ μπορεί να βρει προϊόντα και συμβουλές για την απλή καθημερινή του φροντίδα και άνεση στο δέρμα του. Και ενώ οι μάρκες και η επικοινωνία τους παρουσιάζουν ένα νέο πρότυπο άνδρα απαλλαγμένο από προκαταλήψεις που φροντίζει πλέον την εμφάνισή του και αναζητά μια ενυδατική φροντίδα μετά το ξύρισμα ή ακόμη και μια αντιρρυτιδική κρέμα, η κατηγορία αυτή έχει ένα πολύ μικρό μερίδιο στο σύνολο αγοράς των καλλυντικών και ιδιαίτερα στο φαρμακείο.

Στο φαρμακείο η αγορά το 2008 αυξήθηκε κατά 30% σε τεμάχια από το προηγούμενο έτος και πέρασε από τις 244 χιλιάδες τεμάχια, στις 319 χιλιάδες τεμάχια. Ο αντίστοιχος τζίρος για τις εταιρείες το 2008 ήταν 2,38 εκατομμύρια ευρώ, αυξημένος κατά 35% από το 2007 που ήταν 1,76 εκατομμύρια ευρώ.

Αντίθετα, στο 9μηνο του 2009 η αγορά επηρεαζόμενη από τη οικονομική κρίση έδειξε μια πτώση της τάξης του

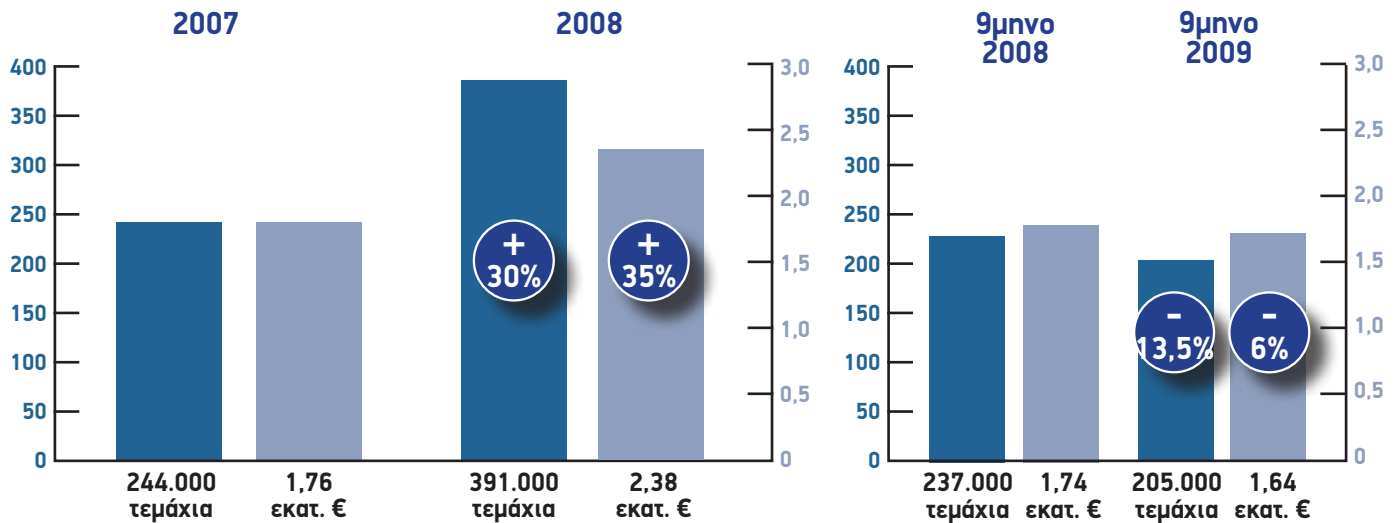
-13,5% σε τεμάχια και από 237 χιλιάδες πήγε 205 χιλιάδες τεμάχια, ενώ ο τζίρος έπεσε μόνο 6% και από 1,74 εκατομμύρια ευρώ που ήταν το 9μηνο του 2008 στα 1,64 εκατομμύρια ευρώ το φετινό 9μηνο.

## ΓΙΑΤΙ ΑΚΟΜΗ ΣΤΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ Η ΑΓΟΡΑ ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΜΙΚΡΗ;

Ας εξετάσουμε τους λόγους.

Κατ' αρχήν, το φαρμακείο είναι ένα κατάστημα που το επισκέπτονται περισσότερο γυναίκες παρά άνδρες. Ο άνδρας μπαίνει πολύ πιο εύκολα σε ένα μεγάλο κατάστημα καλλυντικών για να αγοράσει την κοιλώνια του, μια συνήθεια παλιά και καθιερωμένη ακόμη και για τους άνδρες πάνω από 40 ετών και όπου τα προϊόντα ανδρικής φροντίδας είναι σε ελεύθερη πρόσβαση. Παράλληλα, σε αυτά τα καταστήματα υπάρχουν ειδικά σημεία αφιερωμένα στην ανδρική φροντίδα, όπου ο καταναλωτής αναγνωρίζει πολύ πιο εύκολα στο ράφι τα προϊόντα που τον αφορούν, λόγω του κατάλληλου merchandizing. Το ίδιο ισχύει και για τα καταστήματα ευρείας, τα S/M, όπου ακόμη έχουμε να προσθέσουμε και την έντονη διαφήμιση των μαρκών στα MME.

Αντίθετα, ο άνδρας που μπαίνει στο φαρμακείο αναζητά κυρίως μια λύση για να αντιμετωπίσει ένα πρόβλημα στο δέρμα του: Κοκκινίλες, ευαίσθητη επιδερμίδα, ακμή, θυλακίτιδα από τα γένια κ.ο.κ. Η έννοια του καλλυντικού «ευχαρίστησης», έτσι όπως υπάρχει στο μυαλό των γυναικών που αγοράζουν τα καλλυντικά τους από το φαρμακείο, δεν είναι μέσα στα κίνητρά του ακόμη.



Πηγή: εταιρείες

Παράλληλα, τα προϊόντα ανδρικής φροντίδας που αρκετές μάρκες προτείνουν, δεν προβάλλονται όλη μαζί σε ένα χώρο αφιερωμένο σε αυτή την κατηγορία με την κατάλληλη σήμανση. Αυτά είναι σημαντικά «φρένα» για την ανάπτυξη αυτής της αγοράς στο φαρμακείο, που ενώ δείχνει τάσεις ανόδου, «υποτιμάται» μέσα στο χώρο πώλησης.

Όπως και να έχει όμως, είναι δεδομένο ότι ο καταναλωτής, άνδρας ή γυναίκα-ένα μεγάλο μέρος των αγορών, σχεδόν το 50% γίνεται από τη σύντροφο του άνδρα-αναζητή στο φαρμακείο μια φροντίδα για το ευαίσθητο δέρμα. Αγοράζει κυρίως προϊόντα για το ξύρισμα, λιγότερο για μετά το ξύρισμα και πολύ λιγότερο μια φροντίδα, ενυδατική ή αντιφρυτιδική, παρόλο που η τελευταία υποκατηγορία έχει μια σημαντική άνοδο τα τελευταία χρόνια. Με αυτά τα δεδομένα, είναι εμφανές ότι το φαρμακείο «δεν είπτε ακόμη την τελευταία του λέξη» σε αυτή την κατηγορία και έχει ακόμη προοπτική ανόδου, την ώρα που η αγορά καλλυντικών για τη γυναικεία φροντίδα έχει ωριμάσει και δείχνει τα πρώτα σημάδια κόπωσης, ιδιαίτερα σε περιόδους οικονομικής κρίσης. Εξάλλου, οι

πωλήσεις των ανδρικών καλλυντικών ανέρχονται στα άλλα κανάλια διανομής, γιατί όχι και στο φαρμακείο. Ο σημερινός άνδρας μπροστά στη αναζήτηση της ωραίας εμφάνισης και της ευχαρίστησης να φροντίζει τον εαυτό του, απαλλήχθηκε από το κόμπλεξ απέναντι στη χρήση καλλυντικών. Κυρίως πρόκειται για νέους άνδρες, μοντέρνους, των μεγάλων πόλεων και εδώ φυσικά δεν ανήκουν μόνο οι άνδρες της showbiz!

Βλέπουμε ότι ακόμη και από την εφηβεία, οι συνήθειες υγιεινής και περιποίησης τείνουν προς αυτή τη κατεύθυνση. Οι νεαροί πλέον χρησιμοποιούν αποσμητικό και ένα προϊόν styling για τα μαλλιά τους. Αυτοί οι νεαροί θα χρησιμοποιήσουν αργότερα πολύ εύκολα ένα προϊόν φροντίδας προσώπου μετά το ξύρισμα και φυσικά όχι τη παραδοσιακή ροσιόν aftershave των πατεράδων τους.

Από το τμήμα marketing των εργαστηρίων Vichy μας ενημερώνουν: «Η εξέλιξη αυτής της κατηγορίας στο φαρμακείο επηρεάζεται από τα media, κυρίως περιοδικά και τηλεόραση. Η διαφήμιση στα MME είναι πρωταρχικής σημασίας για την άνοδο αυτής της αγοράς στο φαρμακείο, ειδικά λόγω του ανταγωνισμού από τα προϊόντα της ευρείας διανομής. Εξάλλου, το κανάλι αγοράς "ευρείας" και S/M φαίνεται να έχει τη "μερίδα του λιόντος" στην ανδρική φροντίδα, διότι οι καταναλωτές εκεί βρίσκουν πολύ οικονομικούς αφρούς ξυρίσματος που είναι το πιο αναλυσίμο προϊόν της κατηγορίας. Το φαρμακείο όμως είναι πρώτο στη ανδρική φροντίδα προσώπου!

Όσο για το κανάλι "επιλεκτικής", αυτό έχει καλύτερες αποδόσεις από το φαρμακείο μόνο σε εξειδικευμένα προϊόντα, όπως κρέμες ματιών.

Οι ηλικίες των ανδρών που αναζητούν καλλυντικά προϊόντα ανδρικής φροντίδας στο φαρμακείο είναι κυρίως άνδρες άνω των 25 ετών. Σε πιο μικρές ηλικίες τους

### ΟΙ ΑΡΙΘΜΟΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΟΥΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ

#### Από έρευνα στην Ευρώπη

- 60% των ανδρών αντιμετωπίζουν προβλήματα στο ξύρισμα
- 45% δηλώνουν ότι έχουν ευαίσθητο ή ερεθισμένο δέρμα
- 31% χρησιμοποιούν ένα προϊόν φροντίδας προσώπου (όχι ξυρίσματος)
- 25% χρησιμοποιούν ένα gel ή μια κρέμα μετά το ξύρισμα
- 80% των προϊόντων που χρησιμοποιούν οι άνδρες είναι τα προϊόντα των γυναικών του σπιτιού
- 1 στους 2 άνδρες ανησυχεί για τη γήρανση στο δέρμα του

## [MERCHANDISING]

### 5 συμβουλές για να πουλάτε καλύτερα

- 1** Ομαδοποιήστε όλα τα προϊόντα που απευθύνονται για την ανδρική φροντίδα σε μια ξεχωριστή ραφιάρα στο χώρο πώλησης και τοποθετήστε σημάσεις
- 2** Αυξήστε την οπτική επικοινωνία στα προϊόντα Leaders που πουλάνε περισσότερο, αφιερώνοντάς τους περισσότερο χώρο στο ράφι
- 3** Φροντίστε να έχετε τουλάχιστον 3 μάρκες για να έχουν επιλογή: μια πολύ γνωστή με τιμές πολύ προσιτές, μία δερματολογική, ειδικά για τα δέρματα με προβλήματα και μια μάρκα πιο prestige, με τιμές πιο ακριβές από τις άλλες
- 4** Μην περιορίζετε μόνο σε προϊόντα για το ξύρισμα. Ο πελάτης επιθυμεί αν και συχνά δεν το εκφράζει άμεσα, μια φροντίδα ολοκληρωμένη με πιο εξειδικευμένα προϊόντα, ενυδάτωσης, αντιγήρανσης, κατά της ακμής...
- 5** Να φροντίζετε να κάνετε συχνά προβολές με «σετ» φροντίδας για τον άνδρα με μια εικόνα δώρου, ιδιαίτερα σε περιόδους όπως οι γιορτές των Χριστουγέννων, η ημέρα για τον άνδρα, η ημέρα του Αγίου Βαλεντίνου...

οδηγεί στο φαρμακείο η ακμή. Αντίθετα, η συνταγή του δερματολόγου πολύ λίγο συμμετέχει στην ανάπτυξη αυτής της κατηγορίας. Τέλος, από την εμπειρία μας στην ελληνική αγορά επισημαίνουμε στο φαρμακοποιοό που ενδιαφέρεται να αναπτύξει καλύτερα αυτή την κατηγορία καλληυντικών, ότι οι άνδρες αναζητούν εξειδικευμένα και σύνθετα προϊόντα για τη φροντίδα τους. Τα αναζητούν όμως σε "απενοχοποιημένους" χώρους, ξεχωριστούς από τα άλλα καλληυντικά για να αισθάνονται σιγουριά. Θέλουν τη συμβουλή του φαρμακοποιοού. Μπορεί να φαίνεται δύσκολο να τους προσεγγίσει στην αρχή ο φαρμακοποιοός, αλλά πρέπει να σημειωθεί ότι πείθονται πιο εύκολα και έχουν πολύ πιο υψηλή πιστότητα από τις γυναίκες. Το merchandizing αυτής της κατηγορίας πρέπει να είναι σε ξεχωριστή ραφιάρα από τα υπόλοιπα καλληυντικά για να εξελιχθεί πιο αποτελεσματικά».

### Η ΠΩΛΗΣΗ «ΜΕ ΤΗ ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΥ»

Από τα ανωτέρω ένα είναι σίγουρο: Η πώληση «με τη συμβουλή του φαρμακοποιοού» τόσο για τη μάρκα, όσο και για το ίδιο το φαρμακείο, έχει μια πολύ θετική ανταπόκριση στους άνδρες καταναλωτές. Οι άνδρες φαίνεται να είναι πολύ δεκτικοί στην πληροφορόρηση. Αλλά αυτό προϋποθέτει μια βαθειά γνώση από την πλευρά της ομάδας του φαρμακείου, όχι μόνο στα προϊόντα της κάθε μάρκας, αλλά και στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ανδρικού δέρματος και τις ανάγκες του. Η επιδερμίδα των ανδρών έχει την ίδια λειτουργία με την επιδερμίδα των γυναικών, παρουσιάζει ωστόσο ορισμένα ξεχωριστά χαρακτηριστικά.

Είναι πιο παχιά από τη γυναικεία κατά 20%, καλύτερα ενυδατωμένη και απαιτεί περισσότερα αποθέματα ενέργειας. Έχει περισσότερους ενεργούς σμηγματογόνους αδένες με αποτέλεσμα να είναι πιο λιπαρή και να εμφανίζει γυαλάδα και ατέλειες ακμής. Είναι πολύ πιο

πλούσια σε ίνες κολλαγόνου και καθυστερεί να εμφανίσει σημάδια γήρανος, αλλά οι ρυτίδες όταν κάνουν την εμφάνισή τους, είναι πιο έντονες. Αποδυναμώνεται όμως καθημερινά η επιδερμίδα τους με το ξύρισμα και γίνεται ευερέθιστη, ενώ συχνά εμφανίζονται λόγω μικροβιακών μόλυνσεων θυλακίτιδες στα γένια. Επομένως, η ανδρική επιδερμίδα χρειάζεται προϊόντα με εξειδικευμένη σύνθεση, υφή και ενεργά συστατικά. Επίσης, επιχειρήματα όπως «υψηλή ανεκτικότητα», «αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα» και «καινοτομία σύνθεσης», φαίνεται ότι ευαισθητοποιούν τους άνδρες περισσότερο από τις γυναίκες, γιατί μάλλον οι τελευταίες έχουν βαρεθεί να τ' ακούνε τόσα χρόνια από όλες σχεδόν τις μάρκες.

Η ανδρική φροντίδα είναι λοιπόν μια πολύ υποσχόμενη αγορά ιδιαίτερα για τη νέα γενιά, αλλά χρειάζεται ακόμη ενέργειες και από τις δύο πλευρές και από την πλευρά της μάρκας και από την πλευρά του φαρμακείου.

Είναι βέβαιο ότι σε μια κοινωνία βασισμένη στην εμφάνιση και στις ικανότητες, ο άνδρας παίρνει πλέον τον έλεγχο της εικόνας του!

### ΟΙ ΜΑΡΚΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥΣ

Η Νο 1 σειρά ανδρικής φροντίδας στο φαρμακείο είναι η **VICHY HOMME** του group L'OREAL. Η μάρκα **Vichy** λανσάρισε τη πρώτη ανδρική της σειρά στο φαρμακείο στην Ευρώπη το 1987 και φυσικά η σειρά ανανεώθηκε τα τελευταία χρόνια.

Αποτελείται από προϊόντα για:

- **Φροντίδα για το ξύρισμα**, με έναν αφρό και ένα gel ξυρίσματος με βιταμίνη Cg κατά των ερεθισμών, για δράση εξυγίανσης, για μεικτές και προβληματικές επιδερμίδες με λιπαρότητα ή θυλακίτιδα και ένα νέο αφρό ξυρίσματος χωρίς σαπούνι, για ενυδάτωση και εξυγίανση σε λεπτές επιδερμίδες που κοκκινίζουν εύκολα και αντιδρούν στις απότομες αλλαγές θερμοκρασίας. Επί-

## ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ αγορά ανδρική φροντίδα

ons, για μετά το ξύρισμα ένα After shave Sensi-Baume Ca με ασβέστιο, κατά των ερεθισμών.

**- Εξειδικευμένη φροντίδα**, για άνδρες πάνω από 20 ετών, η σειρά προτείνει για το πρόσωπο την κρέμα Hydra Mag C, 24ωρη ενυδατική φροντίδα με μαγνήσιο και φωσφορυλιωμένη βιταμίνη C και για τις σακούλες και τους μαύρους κύκλους γύρω από τα μάτια το Hydra Mag Stick Eyes με μαγνήσιο και καφεΐνη. Για άνδρες πάνω από 35 ετών προτείνει για μεν τις λεπτές γραμμές και ρυτίδες τη κρέμα Reti-Fill, μια ενισχυμένη φροντίδα επανόρθωσης των ρυτίδων και προστασίας UVA, με ρετινόλη και βιταμίνη C, ενώ για βαθιές ρυτίδες και χαλάρωση την Structure S με πυρίτιο.

**- Λιπαρή επιδερμίδα με ατέλειες**, το Gel Καθαρισμού προσώπου με σαλικυλικό οξύ εξυγιαίνει την επιδερμίδα, ενώ η κρέμα Normactin Cg με γλυκοζυλιωμένη βιταμίνη C, έχει σημηματορρυθμιστική δράση για «ματ» αποτέλεσμα που διαρκεί.

**- Αποσμηκτική φροντίδα** με ένα Roll-on για ευαίσθητες επιδερμίδες με Oligo-Zinc που μειώνει τους ερεθισμούς, καθώς και ένα Roll-on και ένα Spray για έντονη εφίδρωση.

**- Για το σώμα και τα μαλλιά** προτείνει το Hydra Mag C, ένα ενυδατικό και τονωτικό gel-douche με μαγνήσιο και βιταμίνη C.

Εκτός από τις ενέργειες επικοινωνίας που κάνει η μάρκα με διαφήμιση στα MME, τώρα για τις γιορτές προσφέρει στους καταναλωτές της, με την αγορά κάθε προϊόντος VICHY HOMME, δώρο ένα πρακτικό Νεσεσέρ με έναν αφρό ξυρίσματος 50ml ή ένα σαμπουάν Dercos energissant 100 ml.



παρή ανδρική επιδερμίδα, ενώ εξασφαλίζει άνεση στη χρήση.

Περιλαμβάνει 3 προϊόντα:

**Για το ξύρισμα** της ευαίσθητης με τάση για ερεθισμούς επιδερμίδας, μπορεί κάποιος να επιλέξει το Μικρο-απολεπιστικό Ενυδατικό Gel Ξυρίσματος, ιδανικό για τρίχες που γυρίζουν προς τα μέσα ή τον Ενυδατικό Αφρό Ξυρίσματος χωρίς σαπούνι ιδανικό για δέρμα με ατέλειες.

**Για τη φροντίδα** της αφυδατωμένης επιδερμίδας μετά το ξύρισμα, το Gel Ενυδάτωσης και Προστασίας.

Σκληρά γένια, κανονικά γένια ή δέρμα με προβλήματα, τα προϊόντα της ανδρικής σειράς για το ξύρισμα της **Avène**, προσφέρουν μια καταπραυντική, εξυγιαντική και ενυδατική απάντηση σε κάθε περίπτωση.

Πολύ σύγχρονη, η αντρική σειρά της Avène του group **Pierre Fabre** διακρίνεται για τις ολοκληρωμένες συνθέσεις

της που κάνουν το ξύρισμα αληθινή στιγμή φροντίδας.

Συνθέσεις πλούσιες σε ιαματικό Νερό της Avène, φυσικό καταπραυντικό και αντι-ερεθιστικό, που σε συνδυασμό με την a-bisabolol, δρουν ταυτόχρονα για να καταπραύνουν και να μειώσουν κάθε ερεθισμό που δημιουργείται από το ξύρισμα με ξυράφι. Το triclosan, αντιβακτηριδιακό αναφοράς, προλαμβάνει κάθε κίνδυνο μόλυνσης (σε περίπτωση μικρο-κοψιμάτων ή όταν η λειπίδα είναι ηλωμένη), εξυγιαίνοντας έτσι την επιδερμίδα. Η γλυκερίνη χαρίζει ενυδάτωση, απαλότητα και άνεση στο δέρμα, χωρίς αίσθηση λιπαρότητας.



Από τον ίδιο όμιλο της L'OREAL, τα εργαστήρια της **La**

**Roche-Posay** προτείνουν τη νέα σειρά προϊόντων **XY HOMME** για την περιποίηση της ανδρικής επιδερμίδας.

Με επιλεγμένα ενεργά συστατικά που προσαρμόζονται στις ανάγκες της ανδρικής επιδερμίδας για στοχευμένη αποτελεσματικότητα και με σύνθεση υποαλλεργική που δεν δημιουργεί μαύρα στίγματα, η ανδρική σειρά XY HOMME είναι ιδανική για την πιο λι-



**Τα προϊόντα για το ξύρισμα** διαχωρίζονται ανάλογα με τον τύπο γενιών:

Για όλους τους τύπους γενιών το Gel de rasage, για κανονικά γένια ο αφρός Mousse à raser και για σκληρά γένια η Crème à raser. Όλα καταπραυντικά και αντι-ερεθιστικά, για ευαίσθητο δέρμα ή δέρμα με προβλήματα.

**Η φροντίδα για μετά το ξύρισμα** περιλαμβάνει το Baume après-rasage με πλούσια υφή

και τη Fluide après rasage με ελαφριά υφή. Και τα δύο περιέχουν ένα επιπλέον εξειδικευμένο αναπληρωτικό συστατικό, τη σουκραλφάτη, ιδανικό για την πρόληψη των μικρο-κοψιμάτων που οφείλονται στο ξύρισμα.

Τέλος, η κρέμα Dermo K είναι το μόνο καλλυντικό προϊόν στο φαρμακείο με την ένδειξη ψευδοθυλακίτιδα.



Από το ίδιο group Pierre Fabre και η σειρά **CIBLE HOMME**, σχεδιασμένη με τις αυστηρές προδιαγραφές των εργαστηρίων **KLORANE**, προσφέρει μια ποικιλία προϊόντων φροντίδας, τέλεια προσαρμοσμένη στις ιδιαίτερες ανάγκες του ευαίσθητου ανδρικού δέρματος. Τα προϊόντα πολύ ενυδατικά, επανορθωτικά και καταπραυντικά, στη σύνθεσή τους περιέχουν ένα μοναδικό φυτικό εκχύλισμα: Το καθαρό εκχύλισμα Aloe indica KLORANE, με πολλαπλές ευεργετικές ιδιότητες, ιδιαίτερα στο ευαίσθητο δέρμα.

**Για το ξύρισμα**, η σειρά προτείνει το Gel de rasage Anti-irritations με καθαρό εκχύλισμα Aloe indica και μια πρωτότυπη υφή για ακρίβεια και αίσθηση άνεσης στο δέρμα.

**Για μετά το ξύρισμα**, προτείνει το ενυδατικό και επανορθωτικό προϊόν για ευαίσθητα ερεθισμένα δέρματα Réparateur 5, με καθαρό εκχύλισμα Aloe indica 5%, αλλά και το Gel Hydratant Défatigant με καθαρό εκχύλισμα Aloe indica, πλούσιο σε βιταμίνη C και καφεΐνη, που ανανεώνει το δέρμα χαρίζοντας του παράλληλα υγιή όψη. Η σειρά προσφέρει στους πελάτες της στα φαρμακεία ένα ειδικό promotion:

Με την αγορά ενός Gel de rasage Anti-irritations, έκπτωση 50 % στο Gel Hydratant Défatigant και δώρο ένα αντρικό νεσεσέρ.

Για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις ακόμα και των πιο απαιτητικών ανδρών, τα εργαστήρια **LIERAC** χρησιμοποίησαν όλη την εμπειρία τους για να αναπτύξουν τη σειρά προϊόντων φροντίδας **LIERAC HOMME** με

μια εικόνα πιο καλλυντική, πιο prestige! Αυτή η μικρή σειρά των 5 προϊόντων «υψηλής απόδοσης», περιέχει στη σύνθεση των προϊόντων της ένα εξειδικευμένο σύμπλεγμα, το SKINPOWER5 που αποτελείται από 5 μέταλλα και ιχνοστοιχεία (σίδηρο, μαγνήσιο, χαλκό, ψευδάργυρο, μαγγάνιο) που είναι ζωτικής σημασίας για την ισορροπία και τη σωστή λειτουργία του δέρμα-



τος. Προϊόντα με υφές ειδικά σχεδιασμένες για τους άντρες, αφήνουν στην επιδερμίδα μία αίσθηση άνεσης και με άρωμα με νότες ξύλου και κεχριμπαριού, άρωμα πρωτότυπο και αρρενωπό.

**Για το ξύρισμα** ο ενυδατικός αφρός κατά των ερεθισμών, Rasage Express Mousse.

**Για μετά το ξύρισμα** το Baume Apaisant, ενυδατικό aftershave κατά των ερεθισμών.

**Για αντιρυτιδική φροντίδα**, η λεπτόρρευστη κρέμα προσώπου Antirides, σε φιαλίδιο airless με μικροκάψουλες καθαρής ρετινόλης και βιταμίνη C+ProD Actif®

και ενυδατικά συστατικά.

**Για αναζωογόνηση και ενυδάτωση προσώπου** το τζελ Anti-Fatigue με εκχύλισμα ginseng και καφεΐνη.

**Για τους μαύρους κύκλους και τις σκούρες γύρω από τα μάτια**, η κρέμα DIOPTI Contour des yeux.

Η μάρκα **Κορρές Φυσικά Προϊόντα** προτείνει για την ανδρική φροντίδα:

- Την αντιρρυτιδική κρέμα προσώπου ΚΑΣΤΑΝΟ ΚΑΙ ΡΟΥΣΚΟ με SPF 15

καθώς και την κρέμα ματιών ΚΑΣΤΑΝΟ ΚΑΙ ΡΟΥΣΚΟ με SPF 6 και τα δύο για άμεση ενυδάτωση και σταδιακή ρείανση των ρυτίδων και των γραμμών έκφρασης και με κύρια συστατικά το εκχύλισμα από Ρούσκο που βελτιώνει τη μικροκυκλοφορία και το Κάστανο με αντιβακτηριακή, αντιγηραντική, στυπτική και τονωτική δράση.

- Την κρέμα ενυδάτωσης **BORAGE SPF 6**. Το έλαιο Borage και οι πολυφαινόλες από κόκκινο σταφύλι προσφέρουν αντιοξειδωτική προστασία και αναζωογονούν την κουρασμένη επιδερμίδα. Τα ενεργά εκχυλίσματα Αλόης και Centella έχουν σημαντική ενυδατική και επουλωτική δράση.



- Το υγρό **ζελέ καθαρισμού GINSENG** με εκχύλισμα από Ginseng, καθαρίζει σε βάθος και δροσίζει.

- Την κρέμα **ξυρίσματος ΑΨΕΝΤΙ** για μαλακό και εύκολο ξύρισμα. Το ουδέτερο pH και ο χαμηλός αφρισμός της, διατηρούν το φυσιολογικό υδρολιπιδικό μανδύα της επιδερμίδας. Το εκχύλισμα Αψιθιάς, πλούσιο σε αιθέρια έλαια και φλαβονοειδή, καταπραΰνει και προστατεύει από ερεθισμούς.

- Το **γαλάκτωμα για μετά το ξύρισμα ΚΑΝΕΝΤΟΥΛΑ & GINSENG** με τις αντισηπτικές ιδιότητες της Καλέντουλλας και τη στυπτική δράση της Αμμελίδας, προστατεύει αποτελεσματικά από τους ερεθισμούς, ενώ η Αλόη και η προβιταμίνη B5 καταπραΰνουν τη φλόγωση και τις κοκκινίλες και ενυδατώνουν το δέρμα. ■

**Πόπη Χαραμή**

### [ ΑΞΙΟΣΗΜΕΙΩΤΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ]

## Η φαρμακοποιός Αγγελική Θεοδοσιοπούλου με φαρμακείο στο Νέο Ηράκλειο Αττικής μας λέει την εμπειρία της

«**Η** αγορά των ανδρικών καθημερινών περιποίησης και ομορφιάς ήταν μέχρι χθες δυστυχώς ένα θέμα ταμπού. Συστολή, ανασφάλεια και απειρία διακατείχε τον άνδρα πελάτη που έμπαινε στο φαρμακείο για τις ανάγκες του πέραν του φαρμάκου. Τα τελευταία χρόνια όμως, που ο φαρμακοποιός έχει κτίσει παράλληλα και μια εικόνα του επιστημονικού συμβούλου και σε θέματα ομορφιάς, τα πράγματα άλλαξαν. Όλοι γνωρίζουν ότι στο φαρμακείο μπορούν να προμηθευτούν και τα καθημερινά προϊόντα καθημερινής φροντίδας τους και θεωρώ ότι αυτή η κατηγορία έχει ένα πραγματικό δυναμικό ανάπτυξης. Ειδικά στο δικό μας φαρμακείο, η ενημέρωση και η συμβουλή προς τους άνδρες πελάτες



μας είναι πια καθημερινή διαδικασία, συνεχής και ευχάριστη, γιατί θεωρώ ότι αυτός ο τύπος πελατείας «διψά» για πληροφόρηση, ίσως ακόμη περισσότερο και από τις γυναίκες. Οι άνδρες έρχονται σε μας αναζητώντας κατ' αρχή τα καθημερινά τους προϊόντα για το ξύρισμα και την ενυδάτωση. Εμείς τους προτρέπουμε και σε πιο εξειδικευμένα προϊόντα όπως κρέμες ματιών, κρέμες αντιγήρανσης, μάσκες ανακούφισης, αντιηλιακά...

Η δε φροντίδα για τα μαλλιά τους είναι μια ανάγκη που αυξάνεται συνεχώς. Πολλές φορές μάλιστα είναι από εκεί που, προτείνοντας ένα σαμπουάν ή μια τονωτική λοσιόν για τα μαλλιά, ξεκινάμε και την περαιτέρω διερεύνηση του πελάτη, θέτοντας την ερώτηση: «Με τι περιποιείστε το δέρμα του προσώπου σας, έχετε κάποια ιδιαίτερη ανάγκη;» Αυτή η ερώτηση είναι το «κλειδί» για να αρχίσει, τις περισσότερες φορές, να μας αναλύει τις ανάγκες για τη φροντίδα στο δέρμα του, στο ξύρισμα ή μετά το ξύρισμα.

Φροντίσαμε ήδη να έχουμε στο φαρμακείο μας ένα ειδικό χώρο για τα προϊόντα ανδρικής φροντίδας με σημάνσεις στα ράφια, όπου κατηγοριοποιούμε όλα τα προϊόντα φροντίδας για τον άνδρα. Έτσι συνδυάζοντας και τη δική μας προσωπική εγκάρδια προσέγγιση, τον κάνουμε να νοιώθει άνετα, να μας εμπιστεύεται και να γίνεται τακτικός πελάτης μας για την φροντίδα ομορφιάς του».

Το DEPON συνεισφέροντας την παράδοση 17 ετών παρουσιάζει το

**ΝΕΟ ΦΩΤΙΖΟΜΕΝΟ stand πάγκου** για τα φαρμακεία.



**25%** **ΑΥΞΗΣΗ**

**ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ**

μετά από έρευνες στα φαρμακεία

που έχουν τοποθετήσει

το stand πάγκου DEPON.

Η αξία του είναι αναγνωρισμένη από  
τον Έλληνα φαρμακοποιό εμπράκτως  
(3.000 περίπου τρέχουσες τοποθετήσεις).

## ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Τοποθετεί με όλη τη δύναμη των φαρμάκων στην πιο ελκυστική και τρεχόμενη του Ολοκληρωμένη, μεταξύ και (2000)
- Πλήρως εκτεταμένη εξοπλισμένη και κομμοενομή με την πιο ευχρηστική και δυναμική των φαρμάκων του DEPON
- Εύκολη στη μετακίνηση του όρου πάντα πάνω από όλα, πακέτο είναι πάντα
- Διακρίνεται στη σκόνη της, και τα πιο δυναμικά φαρμάκα της φαρμακεία
- Ολοκληρωμένη φάρμακα που είναι πάντα δυναμικά και πάντα

**DEPON**



 Bristol-Myers Squibb

Bristol-Myers Squibb Α.Ε., Αιτωλέω 49-53 Β Πρωτοκόμβη 2, Τ.Κ. 152 58  
Δεληπόλη, Αττική, Τ.Θ. 11883 - Δοξαπόλια Τ.Κ. 12 01, Αττική, Τ.Κ. 2 0  
227420 & 10 602460 - φαξ: 2114974333, ΑΡΜΑ.Ε. 5072001679004194

Παρακαλώ επικοινωνήστε μαζί μας για την άμεση τοποθέτηση  
του stand φαρμακεία σας χωρίς καμία διάκριση, από όπου και τη  
προμηθευόμαστε τα προϊόντα μας.

 Pharmacia

Pharmacia Hellas A.E., Βασιλ. Πόρτα, Σοφ. 15235,  
Βαλάντες, τηλ.: 210 81 00 490, fax: 210 81 02 480  
Customer Service: 210 81 08 470



# Οι αρθρίτιδες

Επειδή οι αρθροπάθειες αυξάνουν και επιδεινώνονται με την ηλικία, οι ηλικιωμένοι, που είναι και η πιο συνήθης πελατεία του φαρμακείου, έρχονται συχνά για να παραπονεθούν για τους ρευματισμούς ή τα αρθρικά τους. Φρεσκάρετε λοιπόν τις γνώσεις σας με το παρόν άρθρο και επικεντρωθείτε κυρίως στις ιδιαίτερες συμβουλές και στην επικοινωνία σας με τον ασθενή – πελάτη.

## Τι είναι αρθρίτιδα

Με τον όρο αρθρίτιδα ονομάζουμε όλες τις παθήσεις των αρθρώσεων, οξείες ή χρόνιες (πάνω από 3 μήνες). Οι βλάβες αφορούν την άρθρωση. Η αρθρίτιδα που πολλές φορές χαρακτηρίζεται και με τον όρο «ρευματισμοί» είναι μια προοδευτική αλληοίωση και φλεγμονή των χόνδρων των αρθρώσεων. Συνοδεύεται και με μια αλληοίωση των οστών κάτω από τον χόνδρο, παραγωγή οστεόφυτων και φλεγμονή που προσβάλλει τα αρθροσυναιχία υμένα. Πρόκειται για αρκετά συνήθη ασθένεια που η συχνότητά της αυξάνει με την ηλικία. Μάλιστα, μετά τα 80 έτη, το 80% του πληθυσμού εμφανίζει αλληοιώσεις τουλάχιστον σε μια άρθρωση, αλλά δεν εμφανίζουν όλοι κλινικά συμπτώματα.

## Πώς εκδηλώνεται

Το κύριο σύμπτωμα είναι ο πόνος και συνήθως εκδηλώνεται προοδευτικά σε αρθρώσεις που υπόκεινται σε χρόνια καταπόνηση, όπως αυτές των δακτύλων, στα γόνατα, στο ισχίο και τη σπονδυλική στήλη. Στην αρχή ο πόνος είναι ασυνεχής, «μηχανικός» όπως λέγεται, ιδιαίτερα κατά την προσπάθεια (ανέβασμα ή κατέβασμα σκάλας κ.λπ.). Σταματάει κατά την ξεκούραση ή όταν ξαπλώνουμε, εκτός αν εμφανιστεί σε αλληογή θέσης. Σε προχωρημένες βέβαια καταστάσεις, ο πόνος συνεχίζεται και κατά την ξεκούραση και συνοδεύεται με οίδημα στην άρθρωση.

Πιο συχνή είναι η αρθρίτιδα στη σπονδυλική στήλη που εκδηλώνεται με πόνους στον αυχένα, στη ράχη ή στην οσφυϊκή χώρα που μπορεί όμως να οφείλονται σε δισκοπάθεια ή απλή μυϊκή καταπόνηση.

Στη περίπτωση δε της αγκυλοποιητικής σπονδυλίτιδας, οι πόνοι ξυπνούν τον ασθενή τη νύχτα και μειώνονται κατά τη διάρκεια της ημέρας με τις διάφορες δραστηριότητες.

## Ποιες οι αιτίες και οι προδιαθεσικοί παράγοντες

Πρόκειται για χρόνια εξελικτική πάθηση και στην ανάπτυξη της συμβάλλουν ορισμένοι προδιαθεσικοί παράγοντες όπως:

- **Η ηλικία.** Ο κίνδυνος είναι υψηλότερος σε άτομα πάνω από 45 ετών.
- **Το φύλο.** Η αρθρίτιδα έχει προτίμηση στις γυναίκες. Οι δε γυναίκες μετά την εμμηνόπαυση εμφανίζουν πιο συχνά αρθρίτιδα από τους άνδρες.
- **Η παχυσαρκία.** Το αυξημένο βάρος ενοχοποιείται για τα υψηλά ποσοστά αρθρίτιδας, ιδιαίτερα στα γόνατα.
- **Οι τραυματισμοί των αρθρώσεων** αυξάνουν τη πιθανότητα εμφάνισης της πάθησης.
- **Η έντονη άσκηση** και η υπερβολική φόρτιση των αρθρώσεων κυρίως σε ορισμένα επαγγέλματα με καθημερινή δραστηριότητα, το σήκωμα βάρους.
- **Τα στενά παπούτσια και τα ψηλά τακούνια.**
- **Οι συγγενείς ανωμαλίες της άρθρωσης.**
- **Η μειωμένη πρόσληψη βιταμινών D και C,** αλλά και
- **Η γενετική προδιάθεση.**

## Η διάγνωση

Η διάγνωση στηρίζεται αρχικά στα κλινικά συμπτώματα και επιβεβαιώνεται με ακτινογραφίες. Τα κύρια ακτινολογικά ευρήματα είναι η στένωση του μεσάρθριου διαστήματος, η εμφάνιση οστεόφυτων και η δημιουργία υποχονδρίων οστικών κύστεων. Πρακτικά, η απλή ακτινογραφία είναι γενικά επαρκής για τη διάγνωση. Σε ορισμένες περιπτώσεις συνιστώνται η αρθροσκόπηση, η μαγνητική και η αξονική τομογραφία.

Στο φαρμακείο είναι σημαντικό με τις κατάλληλες ερωτήσεις να μπορέσουμε να κατανοήσουμε αν πρόκειται για μια αρθραλγία που οφείλεται περιστασιακά σε μια έντονη και απότομη κίνηση ή για μια μόνιμη αρθρίτιδα εκφυλιστική ή ακόμη και για μια επιδείνωση της τελευταίας.

### Η ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΤΩΝ ΡΕΥΜΑΤΙΚΩΝ ΦΛΕΓΜΟΝΩΔΩΝ ΠΑΘΗΣΕΩΝ

Στην ίδια διαγνωστική ομάδα των σπονδυλοαρθρίτιδων αναφέρονται:

- Οι αρθρίτιδες ή εκφυλιστικές σπονδυλοαρθροπάθειες.
- Η αγκυλοποιητική σπονδυλίτιδα με παράλληλα συμπτώματα ακαμψίας.
- Η ρευματοειδής αρθρίτιδα.
- Η ψωριασική αρθρίτιδα.
- Οι φλεγμονές των αρθρώσεων που οφείλονται σε χρόνιες φλεγμονώδεις εντεροπάθειες (νόσος του Crohn).

### ΠΟΤΕ ΚΑΤΑΝΟΟΥΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΔΕΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΑΡΘΡΙΤΙΔΑΣ

- Από μια απότομη αύξηση του πόνου σε λίγες μέρες χωρίς εμφανή αιτία.
- Από την εμφάνιση πόνων κατά τη νύχτα.
- Από την αίσθηση ενός ρευματικού πόνου για πάνω από 15 λεπτά κατά το ξύπνημα.
- Με την εμφάνιση κοκκινίλας ή οιδήματος στην άρθρωση και αίσθηση καύσου.

Η παραπομπή του ασθενή στο γιατρό σε τέτοιες περιπτώσεις κρίνεται απαραίτητη.

### Γενικά οι επιπτώσεις στη καθημερινότητα των ασθενών είναι:

- Περιορισμός των καθημερινών δραστηριοτήτων λόγω πόνου και δυσκαμψίας.
- Αποχή από την εργασία.
- Άγχος και κατάθλιψη.
- Ανεπιθύμητες ενέργειες από τη χρήση αναλγητικών και αντιφλεγμονωδών φαρμάκων.

### Πώς να προλάβουμε την εξέλιξη

Η προσπάθεια έγκειται κυρίως στο να μειώσουμε τους προδιαθεσικούς παράγοντες, ιδιαίτερα την παχυσαρκία, η αποφυγή κάθε απότομης κίνησης ή κίνησης που προκαλεί πόνο στην άρθρωση και η ενίσχυση των μυών που περιβάλλουν την άρθρωση με την κατάλληλη άσκηση. Στα άτομα δε που έχουν ελάττωμα στις αρθρώσεις, ειδικοί ορθοπεδικό πάτοι μειώνουν τις πιέσεις και επιβραδύνουν την εξέλιξη. Παράλληλα, αυτοί οι πάτοι βοηθούν και για τη σωστή θέση στο περπάτημα και τους πόνους στη μέση ή για τους πόνους στα γόνατα.

## ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ

Ο στόχος της θεραπείας της αρθρίτιδας είναι πρωταρχικά να μειωθούν τα επώδυνα συμπτώματα της πάθησης. Παράλληλα, να βελτιωθεί η λειτουργικότητα των αρθρώσεων και να επιβραδύνουμε την εξέλιξη της πάθησης.

Η θεραπεία της αρθρίτιδας περιλαμβάνει δύο σκέλη, το ένα φαρμακολογικό και το άλλο επεμβατικό.

### Από τις φαρμακολογικές θεραπείες διακρίνουμε:

#### 1. Τα παυσίπονα

Τα ήπια αναλγητικά, όπως η παρακεταμόλη σε δόσεις μέχρι 4gr/ημέρα, συνιστώνται σε ήπιους πόνους της άρθρωσης.

### ΕΝΑΣ ΝΕΟΣ ΠΕΛΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΓΙΑ ΚΑΤΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΣΤΑΘΕΡΟΠΟΙΗΤΩΝ ΣΠΟΝΔΥΛΙΚΗΣ ΣΤΗΛΗΣ



Πρόκειται για ένα ψηφιακό scanner πέλματος που δείχνει με ακρίβεια που υπάρχουν ανισοροπίες στα πέλματα, οι οποίες μπορούν να προκαλέσουν αλυσιδωτή αντίδραση πόνου, από τα πόδια μέχρι τα γόνατα, τους γοφούς και τη πλάτη, κατά μήκος όλου του σώματος μέχρι τον αυχένα. Έτσι κατασκευάζονται κατά παραγγελία για κάθε άτομο ειδικά, Σταθεροποιητές Σπονδυλικής Στήλης (ειδικοί πάτοι) που βοηθούν στις παρακάτω παθήσεις: Προβλήματα μέσης, κακή στάση σώματος, προβλήματα γονάτου, πόνος ισχίου, παθήσεις πέλματος, αθλητικές κακώσεις, πρόληψη προβλημάτων σπονδυλικής στήλης παιδιών.

Ανάλογα με την ηλικία του ασθενή, η παραδοσιακή αναλγητική θεραπεία μπορεί να δημιουργήσει ανεπιθύμητες ενέργειες.

#### 2. Τα Μη Στεροειδή Αντιφλεγμονώδη (ΜΣΑ)

Ασκούν μια σημαντική αντιφλεγμονώδη δράση σε χρόνιες ή οξείες εκδηλώσεις της αρθρίτιδας. Δρουν ανα-



**ΠΩΣ ΝΑ ΧΕΙΡΙΣΤΕΙ Ο ΑΣΘΕΝΗΣ ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΩΝ ΜΣΑ**

- **Να λαμβάνει πάντα τα φάρμακα στο μέσο των γευμάτων για να προστατεύσει τη γαστρική βλεννογόνο, ακόμη και αν παίρνει παράλληλα ένα φάρμακο προστατευτικό του στομάχου.**
- **Να μην παίρνει ταυτόχρονα 2 δόσεις.**
- **Να αποφεύγει τη χρήση αλκοόλ για τον κίνδυνο ηπατο-τοξικότητας.**
- **Σε περίπτωση ιλιγγών ή άλλων ανεπιθύμητων ενεργειών του νευρικού συστήματος, να αποφεύγει την οδήγηση.**
- **Να κάνει τους βιολογικούς ελέγχους που του σύστησε ο γιατρός.**
- **Να αποφεύγει την έκθεση στον ήλιο ή να χρησιμοποιεί πολύ υψηλή αντηλιακή προστασία για τον κίνδυνο φωτοευαισθησίας.**

στέλλοντας τις κυκλο-οξυγενάσες, ένζυμα απαραίτητα για τη σύνθεση των προσταγλανδινών.

**Επιλεκτικά εδώ ανήκουν:**

- Τα παράγωγα του σαλικυλικού οξέος και του οξείκου οξέος, όπως π.χ. η δικλοφενάκη (VOLTAREN/Novartis σε δισκία, υπόθετα, ενέσιμο αλλήλ και σε τοπικό gel) και η ινδομεθακίνη.
- Τα παράγωγα του προπιονικού οξέος, όπως π.χ. η ιβουπροφαίνη (NUROFEN/Rechitt Benckiser), η ναπροξένη και η οξαπροζίνη (DURAPROX/ ΠΙΝΓ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ).
- Τα παράγωγα του ανθρανιλικού οξέος ή φαιναμάτες, όπως π.χ. η ετοφαιναμάτη (ROIPLON/Menarini, σε ενέσιμο αλλήλ και σε τοπικό gel).
- Οι οξικάμες, όπως π.χ. μελοξικάμη (MOVATEC/Boehringer Ingelheim) και πιροξικάμη (FELDENE/Pfizer σε δισκία, υπόθετα, ενέσιμο αλλήλ και σε τοπικό gel).
- Οι κοξίμπες, εκλεκτικοί αναστολείς της κυκλο-οξυγενάσης. 2 φαίνεται να προκαλούν σε μικρότερο βαθμό ανεπιθύμητες ενέργειες από το γαστρεντερολογικό.

Τέλος, θα αναφέρουμε και διάφορα αλλήλα μη στεροειδή αντιφλεγμονώδη, όπως η θειική γλυκοζαμίνη που υπεισέρχεται στη σύνθεση γλυκοσαμινογλυκανών, που είναι φυσικά συστατικά του χόνδρου. Επίσης, η υδροχλωρική γλυκοζαμίνη (EFFER-ACTIV/ ΠΙΝΓ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ) σε αναβράζοντα δισκία με ευχάριστη γεύση και άρωμα λεμόνι, η νιμενσουλίδη και το νιφλουμικό οξύ.

Τα ΜΣΑ είναι γνωστά για τις ανεπιθύμητες ενέργειες τους κυρίως από το γαστρεντερικό και ασθενείς με ηλικία θα πρέπει να προστατεύονται με παράλληλη λήψη φαρμάκων κατά του έλκους.

As σημειωθεί ότι τα τοπικά αντιφλεγμονώδη σε μορφή gel (NIMESULID Gel/FarmaSyn, FELDENE Gel/Pfizer, ROIPLON Gel/Menarini, VOLTAREN Emulgel/Novartis) δρουν γρήγορα και έχουν μικρότερη διάχυση στο αίμα. Για το λόγο αυτό προτιμώνται από τα άτομα που υποφέρουν από το στομάχι.

**3. Τα αντιαρθρωσικά**

Αυτά δεν είναι αντιφλεγμονώδη, είναι πολύ καλά ανεκτά αλλήλ έχουν μακροπρόθεσμα αποτελέσματα.

Η αποτελεσματικότητά τους στην ανακούφιση του πόνου δεν είναι άμεση αλλήλ επέρχεται μετά από 4-6 εβδομάδες χορήγησης. Σε περίπτωση έξαρσης πόνου συνταγογραφούνται για να μειώσουν τη δόσοηγία των ΜΣΑ. Εδώ ανήκουν η θειική χονδροϊτίνη. Πρόκειται για μια γλυκοζαμινογλυκάνη που επιβραδύνει την αλλοίωση των χόνδρων και ενισχύει τη σύνθεση πρωτεογλυκανών. Είναι πολύ καλά ανεκτή σε θεραπευτικές δόσεις από 1 ως 1,2 gr, δύο με τρεις φορές τη μέρα κατά τη διάρκεια των γευμάτων. Τέλος, χορηγούνται και τα ασαπνωποϊίτα της σόγιας και του αβοκάντο σε συμπληρώματα διατροφής, με μακροπρόθεσμα αποτελέσματα.

As αναφέρουμε εδώ και τα τοπικά έμπλαστρα που προκαλούν θερμότητα (TIGER/Olivos

και LEONTOS/B.D.F) που η χρήση τους έχει ενδιαφέρον όχι μόνο στην καταπολέμηση του πόνου αλλήλ και στη μείωση της χρήσης φαρμάκων ΜΣΑ.

**Οι επεμβατικές θεραπείες**

Στις επεμβατικές θεραπείες αναφέρουμε τις ενδοαρθρικές εγχύσεις κορτιζόνης που έπονται συχνά μετά από μια ενδοαρθρική έκπλυση με φυσιολογικό ορό, αλλήλ και τις ενδοαρθρικές εγχύσεις υαλουρονικού οξέος ιδίως στο γόνατο, που αποτελούν μια θεραπεία συντήρησης μακροπρόθεσμα.

Η χειρουργική επέμβαση με οστεοτομές και αρθροπλαστικές κρίνεται απαραίτητη μόνο σε επιδείνωση της κλινικής και ακτινολογικής εικόνας της αρθρίτιδας.

**ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ****Η φυσικοθεραπεία**

Μελέτες έχουν αποδείξει ότι η κατάλληλη φυσικοθεραπεία ασκεί μια ευεργετική δράση στους χόνδρους των αρθρώσεων. Το απλό μασάζ αλλήλ και οι υπέρηχοι, η ηλεκτροθεραπεία και η θερμοθεραπεία, ασκούν μια αντιφλεγμονώδη και αναλγητική δράση σε χρόνιους πόνους. Βέβαια, μερικές συνεδρίες δεν αρκούν και θα πρέπει να υιοθετηθούν ορισμένες ασκήσεις που να μπορεί ο ασθενής να τις κάνει μόνος του σε καθημερινή βάση στο σπίτι.

**Τα ιαματικά λουτρά**

Αυτή η προσέγγιση είναι γνωστή από πολύ παλιά και στηρίζεται στις φυσικές και χημικές ιδιότητες του ιαματικού νερού των πηγών ή της λιάσης. Αλλήλ και η θαλασσοθεραπεία που στηρίζεται στις ιδιότητες του θαλασσινού νερού και στα φύκια, είναι ευεργετική.

Αρκετές μελέτες αναδεικνύουν τα θετικά αποτελέσματα των ιαματικών λουτρών στην ανακούφιση του πόνου και στη βελτίωση της κινητικότητας στις αρθρώσεις, μειώνοντας παράλληλα την κατανάλωση των φαρμάκων. Αντενδείκνυνται όμως στη ρευματοειδή αρθρίτιδα και ρευματοειδή ψωρίαση, σε περιπτώσεις ανοσοκαταστολής και μεταστατικού καρκίνου στα οστά.

**Άλλες εναλλακτικές θεραπείες**

Ακόμη και αν οι περισσότεροι κλασικοί γιατροί δεν τις συνιστούν, μερικοί ασθενείς καταφεύγουν σε εναλλακτικές θεραπείες για να ανακουφιστούν από τον πόνο, παρόλο που και αυτές πολλές φορές δεν στερούνται παρενεργειών.

Εδώ μπορούμε να αναφέρουμε την ομοιοπαθητική, τη φυτοθεραπεία, την ολιγοθεραπεία με συμπληρώματα διατροφής, τη μεσοθεραπεία, το βελονισμό και τη χειροπρακτική.



## ΑΠΛΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΑΣ

Υπάρχουν ορισμένες κινήσεις και ασκήσεις που καλμάρουν τον πόνο και σε μερικές περιπτώσεις περιορίζουν την εξέλιξη της πάθησης.

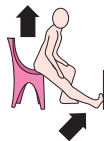
### Κινήσεις εύκολες για το μπάνιο

➤ Την ώρα που βουρτσίζετε τα δόντια σας να σταθείτε για λίγο στο ένα πόδι και σε λίγο να σταθείτε στο άλλο.



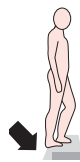
### Κινήσεις στο γραφείο

➤ Καθίστε στην άκρη της καρέκλας. Τεντώστε το ένα πόδι βάζοντας το πέλημα σε θέση «φλεξ» κόντρα σε ένα τοίχο και τεντώστε τη γάμπα. Κρατήστε τεντωμένο το πόδι σε αυτή τη θέση για λίγο, έχοντας την πλάτη και το στήθος σε κάθετη θέση με το πόδι, τραβώντας προς τα πάνω σαν να θέλετε να ψηλώσετε. Θα αισθανθείτε ένα τράβηγμα στη μέση και στο γόνατο. Επαναλάβετε το ίδιο στο άλλο πόδι.



### Κινήσεις στο σπίτι

➤ Σταθείτε όρθιος σε ένα σκαλοπάτι έχοντας τη φτέρνα του δεξιού ποδιού σας έξω από τα σκαλοπάτι, ενώ το αριστερό πέλημα πατά όλο στο σκαλοπάτι. Πιέστε τη φτέρνα του δεξιού ποδιού προς τα κάτω έχοντας τεντωμένη τη γάμπα. Θα αισθανθείτε να τεντώνουν οι μύες πίσω από τη γάμπα. Επαναλάβετε το ίδιο στο άλλο πόδι.



γκοιφ για την οσφυϊκή χώρα, το ποδήλατο και φυσικά, το κοχύμπι. Ακόμη και το τρέξιμο σε νεαρά άτομα είναι μια καλή άσκηση.

- Μην σηκώνετε βάρη. Χρησιμοποιείτε καρτσάκια με ροδάκια για να μεταφέρετε ψώνια ή βαλίτσες.
- Μην κάθεστε πολύ στην ίδια στάση.
- Να ξαπλώνετε σε στρώματα σκληρά και σταθερά οριζόντια και να μην κάθεστε σε καναπέδες που βουλιάζουν. Να χρησιμοποιείτε ένα μαξιλάρι στήριξης της μέσης σε κάθετη θέση όταν κάθεστε.
- Η χαλάρωση επίσης των μυών που περιβάλλουν την πάσχουσα άρθρωση ανακουφίζει από τον πόνο.
- Πώς να χαλαρώσετε τους μύες: Κάνοντας γιόγκα, κάνοντας ασκήσεις αναπνοής με μια κατάλληλη χαλαρωτική μουσική, αηλιά και εφαρμόζοντας ζεστά επιθέματα στους μύες. Αντίθετα, η εφαρμογή κρύων επιθεμάτων συνιστάται σε κακώσεις και οιδήματα των αρθρώσεων.
- Η απώλεια κιλών σε περίπτωση παχυσαρκίας ανακουφίζει την άρθρωση ιδιαίτερα στα γόνατα στη μέση και το ισχίο. Τρώτε λοιπόν υγιεινά και με μέτρο.
- Κάντε ασκήσεις που σας ανακουφίζουν την περίοδο της έξαρσης και γυμναστική για να δυναμώσουν οι μύες σε περιόδους ύφεσης όπως: Stretching, κοιλιακούς και ραχιαίους ιδιαίτερα για τη μέση, τετρακέφαλους και δικέφαλους ιδιαίτερα για τα γόνατα. Η τακτική άσκηση χωρίς υπερβολές και απότομες κινήσεις ενισχύει τους μύες γύρω από την άρθρωση, βελτιώνει την ευελιξία των αρθρώσεων καθώς και την εξέλιξη της πάθησης. Για τους πιο ηλικιωμένους συνιστάται η γυμναστική και η κίνηση στο νερό αηλιά και το περπάτημα.

## Πώς να προσεγγίσουμε και να συμβουλευόμαστε τον ασθενή με αρθρίτιδα στο φαρμακείο

### Επεξήγηση της πάθησης και της θεραπείας

Η αρθρίτιδα δεν θεραπεύεται αηλιά ελέγχεται. Αν και ο γιατρός έχει πλέον στα χέρια του μια σειρά μέσων για την ανακούφιση του πόνου, η συμβολή του φαρμακοποιού στην ενημέρωση του ασθενή είναι απαραίτητη. Είναι η βασική προσέγγιση του φαρμακείου προς τον ασθενή με αρθρίτιδα.

Πρέπει να τον ενημερώσουμε ότι η αρθρίτιδα δεν εξελίσσεται με σταθερό ρυθμό. Είναι πάθηση απρόοπτη. Μπορεί για ένα διάστημα να μην έχουμε συμπτώματα, ενώ τα ακτινολογικά ευρήματα δείχνουν εξέλιξη της πάθησης, αηλιά μπορεί επίσης να έχουμε μια γρήγορη επιδείνωση, ενώ τα ακτινολογικά ευρήματα παραμένουν σταθερά. Αυτή η ανισορροπία μεταξύ πόνου και ακτινολογικών ευρημάτων, καθιστά την αρθρίτιδα μια πάθηση που δύσκολα γίνεται κατανοητή από τον ασθενή.

Πρέπει λοιπόν να τον στηρίξουμε και ψυχολογικά.

### Λύσεις για την ανακούφιση του πόνου

#### Η συμβουλή σας

• Μην καταπονείτε μια άρθρωση που υποφέρει. Η ξεκούραση είναι πολύ σημαντική, χωρίς όμως υπερβολές ώστε να χαλαρώσουν οι μύες. Έτσι όταν δεν είστε σε περίοδο έξαρσης, κάντε σπορ όπως: Το περπάτημα για την αρθροπάθεια στο γόνατο, το

## Η παρακολούθηση και η κινητοποίηση του ασθενή

Αυτή η ενέργεια είναι πολύ σημαντική από μέρος του φαρμακοποιού για τη σωστή συμμόρφωση στη θεραπεία αηλιά και την εξέλιξη της πάθησης.

- Φροντίστε κάθε φορά που ο ασθενής έρχεται στο φαρμακείο για να ανανεώσει τη συνταγή του, να τον ρωτάτε για την πορεία της θεραπείας και την εξέλιξη των συμπτωμάτων του.
- Δώστε τις κατάλληλες συμβουλές για να χειριστεί τις ανεπιθύμητες ενέργειες.
- Επαναλάβετε τις συμβουλές για την ανακούφιση του πόνου.
- Διαγνώστε πιθανή επιδείνωση της αρθρίτιδας.
- Και κυρίως, ενθαρρύνετε το ηθικό του που είναι το βαρόμετρο στην καθημερινότητά του. Για τον ασθενή που υποφέρει και οι καθημερινές κινήσεις είναι επώδυνες «ο ουρανός είναι συννεφιασμένος»! Ενθαρρύνετε τον να συνεχίσει τη θεραπεία και δώστε του ελπίδες για καλύτερευση. ■

**Πόπη Χαραμή**

# Πονεμένοι μύες; Δύσκαμπτες αρθρώσεις;



## TIGER BALM® PLASTER

Γρήγορη ανακούφιση που διαρκεί

Το Tiger Balm διαθέτει το πιο μοναδικό παραδοσιακό συνταγή από τη γη της Κίνας για την ανακούφιση του πόνου. Αποτελείται από όλα τα κομμάτια της φύσης. 100 χρόνια είναι το ίδιο φυσικό συνταγή που είναι αποτελεσματικό και επιβεβαιωμένο από από την επιστήμη της φυσικής ιατρικής.

Το Tiger Balm Plaster είναι σημαντικό προηγμένο προϊόν.

Λειτουργεί στην κορυφή του μυοσκελετικού συστήματος που με την παύση της δράσης του ανακουφίζει άμεσα από τον πόνο.

Το Tiger Balm Plaster είναι στη μοναδική του διάθεση εξαιρετική γρήγορη δράση και αποτελεσματική που διαρκεί περισσότερο.

Το Tiger Balm Plaster είναι ιδανικό για τα οξυμύελα, απόλυτα στην επιφανειακή σφύξη.

Είναι αποτελεσματικό, δεν περιέχει τοξικούς υαλούς, και οι αποτελέσματα αρχίζουν να δείχνουν.

Επιλέξτε στο δρόμο να ανακουφίσει και ανακουφίσει εύκολα χωρίς να αφήνει υπολείμματα.



# ΤΡΙΧΟΠΤΩΣΗ

## Η συμβουλή του φαρμακοποιού

- ➔ Για τις γυναίκες μάθετε αν λαμβάνουν ανδρογόνα φάρμακα ή κορτικοειδή, που επιδεινώνουν την τριχόπτωση
- ➔ Ενημερώστε για αποφυγή παραγόντων που καταστρέφουν τα μαλλιά, όπως περμανάντ, βαφές, extensions...
- ➔ Στην περίπτωση ανδρογενετικής αλωπεκίας, πληροφορείστε τον πελάτη ότι με τη διακοπή της θεραπείας η τριχόπτωση επανέρχεται
- ➔ Εάν η τριχόπτωση συνοδεύετε με έντονη λιπαρότητα ή πιτυρίδα, συστήστε παράλληλα ένα ειδικό θεραπευτικό σαμπουάν
- ➔ Σε κάθε περίπτωση προτείνετε συμπληρωματικά, μια με δύο θεραπείες των 2-3μηνών, με ειδικά Συμπληρώματα Διατροφής για την τριχόπτωση.
- ➔ Τα θειούχα αμινοξέα (κυστίνη, κυστεΐνη, μεθιονίνη) και ο ψευδάργυρος, παρεμβάλλονται στη σύνθεση της κερατίνης.
- ➔ Ο ψευδάργυρος παράλληλα ρυθμίζει την παραγωγή σμήγματος. Ο σίδηρος συμμετέχει στην οξυγόνωση της ρίζας της τρίχας ενώ οι βιταμίνες του συμπλέγματος Β καθώς και η Βιταμίνη Α, ευνοούν την ανανέωση των κυττάρων του τριχοθύλακα.

### Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΑΣ ΜΕ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ

Για να έχετε καλύτερο και πιο μόνιμο θεραπευτικό αποτέλεσμα στη μείωση της τριχόπτωσης και στην αναδόμηση και επανέκφυση των μαλλιών σας, παράλληλα με την τοπική αγωγή για την τριχόπτωση, σας προτείνω να συνδυάσετε και ένα ειδικό Συμπλήρωμα διατροφής για δράση εκ των έσω.



Υγιή μαλλιά

Γερά νύχια

Λαμπερή επιδερμίδα

ΜΕ ΤΟ **MERZ  
SPEZIAL  
DRAGEES**

**ΔΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ που ΔΟΥΛΕΥΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ**  
του ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

Τα **MERZ SPEZIAL DRAGEES** ενισχύουν τις δυνάμεις ανάλυσης και αποξήρασης του οργανισμού.

Το σύμπλεγμα βιταμινών, ινσουλινικών και θρεπτικών συστατικών που περιέχουν τα **MERZ SPEZIAL DRAGEES** δίνει στον οργανισμό την καλύτερη "πρώτη ύλη" στην τέλική αναλογία και ποσότητα, για υγιή, λαμπερά μαλλιά, στιλπνά και σκληρά νύχια, υγιεινή και ελαστική επιδερμίδα. Τα σημαντικότερα: τα αποτελέσματα είναι μακροχρόνια.



Τιμητικό προϊόν

**FarmaSyn SA**  
PHARMACEUTICALS

Γνωστικό  
Υπό-Παρενέργειες  
Caché 0 600 | B.F. 0 600



0 600

Αθήνα: Μονής Σοφίας 6, 12131 Γέφυρα • Τηλ. 210 577140 • fax: 210 5708791 • email: farmasyn@otenet.gr • www.farmasyn.gr  
Γραφείο Β. Ελλάδα: Μακρυδάκης 27, 56224 Σιάγες • Τηλ. 29 0 708866 • fax: 2910 733178 • email: kati@farmasyn.gr

# ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

## Ο φαρμακοποιός, βασικός σύμβουλος στη χρήση τους

Από την **ΕΛΕΝΗ ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΥ**, διευθύντρια marketing στη Douni Health Products



Λόγω μη σωστής διατροφής του ελληνικού πληθυσμού, η διατροφική υποστήριξη μπορεί να παίξει πολύ σημαντικό ρόλο στην υγεία. Η πρόταση του φαρμακοποιού για συμπληρώματα διατροφής θα πρέπει να γίνεται με γνώμονα την ποιότητα, την αποτελεσματικότητα και την απαραίτητη εξατομικευμένη πληροφόρηση προς τους πελάτες του.

**T**ο Κέντρο Μελετών Υπηρεσιών Υγείας του εργαστηρίου Υγιεινής και Επιδημιολογίας της Ιατρικής Σχολής του πανεπιστημίου Αθηνών, με συντονιστή τον Ιωάννη Τούντα, αναπληρωτή καθηγητή Κοινωνικής Ιατρικής, εκπόνησε μελέτη με αντικείμενο την αξιολόγηση της υγείας του ελληνικού πληθυσμού. Στη μελέτη ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα ευρήματα της Hellas Health I (2006) που σχετίζονται με την διατροφή του ελληνικού πληθυσμού, δημιουργώντας το υπόβαθρο

για την αναγκαιότητα των συμπληρωμάτων διατροφής. Σύμφωνα με τα ευρήματα και παρόλο που η ελληνική διατροφή σχετίζεται με το πρότυπο της μεσογειακής διατροφής, εντούτοις η πραγματικότητα δείχνει μια απόκλιση τουλάχιστον της τάξης του 50%.

Επίσης μεταξύ των Ελλήνων:

- το 43% δηλώνει ότι τρώει εκτός οικίας τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα
- το 33% δηλώνει ότι δεν τρώει ποτέ πρωινό
- το 9,1% δηλώνει ότι έχει υψηλές τιμές χοληστερόλης
- το 40% είναι καπνιστές
- το 41,3% χαρακτηρίζονται υπέρβαροι
- το 34,5% των ανδρών και 44,7% των γυναικών δηλώνει αδράνεια στη σωματική άσκηση.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Σχέση ελληνικής διατροφής με το μεσογειακό πρότυπο**

Διατροφική Ομάδα	Μέση κατανάλωση	Πρότυπο Μεσογειακής Διατροφής
κοτόπουλο	100γρ/εβδομάδα	240γρ/εβδομάδα
ψάρια και θαλασσινά	100γρ/εβδομάδα	300 – 360γρ/εβδομάδα
κόκκινο κρέας	140γρ/εβδομάδα	60γρ/εβδομάδα
όσπρια και ξηροί καρποί	125γρ/εβδομάδα	500γρ/εβδομάδα
μερίδες δημητριακών	4	8 μερίδες δημητριακών
φρούτα/ ημέρα	2	4 φρούτα/ανά ημέρα
μερίδες λαχανικών/ ημέρα	2	4 μερίδες/ανά ημέρα

Από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (WHO) το 2002 δημοσιεύτηκε πίνακας με το ποσοστό απώλειας ετών ζωής που αποδίδεται στους κύριους παράγοντες κινδύνου.

Τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν ότι ένα μεγάλο μέρος του ελληνικού πληθυσμού δεν παίρνει από τη διατροφή τα θεραπευτικά συστατικά που χρειάζεται ο οργανισμός για να διατηρήσει την καλή υγεία.

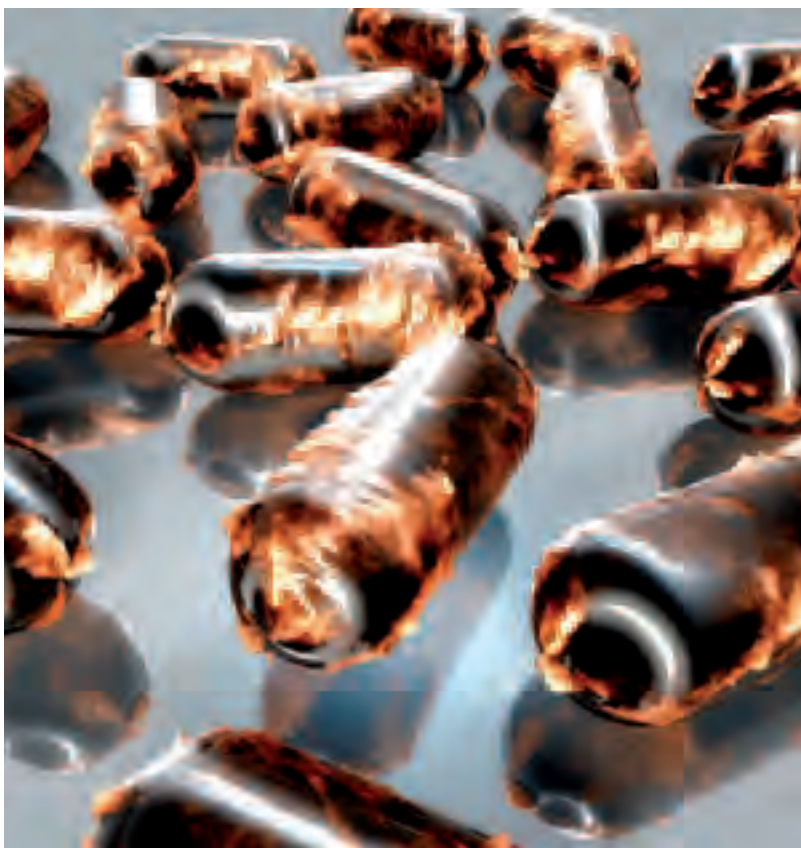
Ως προς τις διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων, το 2003 (τελευταίο έτος διαθέσιμων στοιχείων), η Ελλάδα βρισκόταν στην έκτη θέση ανάμεσα στις χώρες του ΟΟΣΑ με βάση την ημερήσια κατά κεφαλή κατανάλωση θερμίδων. Επίσης, η κατά κεφαλή κατανάλωση λιπαρών και πρωτεϊνών στην Ελλάδα ξεπερνά διαχρονικά την αντί-

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Ποσοστό απώλειας ετών ζωής**

Παράγοντες κινδύνου	Ποσοστό επί του συνόλου
Κάπνισμα	12,9%
Αρτηριακή υπέρταση	11,8%
Υψηλό ΔΜΣ	8,5%
Υψηλή χοληστερόλη	7,6%
Κατάχρηση αλκοόλ	4,3%
Καθιστική ζωή	3,5%
Χαμηλή κατανάλωση φρούτων και λαχανικών	2,6%
Ναρκωτικά	1,7%
Μη ασφαλές σεξ	0,8%
Έλλειψη σιδήρου	0,5%

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Κριτήρια αγοράς ΣΔ**

Ποσοστό	Κριτήριο
43,4%	Αγοράζω αυτά που γνωρίζω καλύτερα
33,8%	Επιλέγω αφού με συμβουλευθεί ο φαρμακοποιός
6,0%	Επιλέγω αφού με συμβουλευθεί ο γιατρός
5,5%	Δεν αγοράζω χωρίς συνταγή
5,2%	Επιλέγω μετά από σύσταση φίλων και συγγενών
3,6%	Επιλέγω ανάλογα με τη διαφήμιση
1,3%	Εμπιστεύομαι το όνομα του προϊόντος (brand)
1,2%	Επιλέγω αυτό με την πιο συμφέρουσα τιμή



στοιχη κατανάλωση στις άλλες χώρες του ΟΟΣΑ. Ταυτόχρονα, όμως, η κατανάλωση φρούτων και λαχανικών είναι σχεδόν διπλάσια στην Ελλάδα από τις λοιπές χώρες του ΟΟΣΑ και η κατανάλωση ζάχαρης είναι χαμηλότερη του μέσου όρου αυτών. Η κατά κεφαλή κατανάλωση αλκοόλη, από την άλλη πλευρά μειώνεται διαχρονικά, ενώ η κατανάλωση καπνού (μετρούμενη σε γραμμάρια κατ' άτομο άνω των 16 ετών) αυξάνεται κατατάσσοντας την Ελλάδα στην πρώτη θέση μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ. [Πηγή, ΙΟΒΕ: «Η αγορά του φαρμάκου στην Ελλάδα» Ετήσια Έκθεση 2008. Παρατηρητήριο Οικονομικών της Υγείας.] Συνεπώς, μεγάλες ομάδες πληθυσμού παρουσιάζουν προβλήματα, όπου η διατροφική υποστήριξη μπορεί να παίξει πολύ σημαντικό ρόλο, βελτιώνοντας την κατάσταση της υγείας, είτε ακολουθείται φαρμακευτική αγωγή είτε όχι.

### Το προφίλ των καταναλωτών που αγοράζουν συμπληρώματα διατροφής

Μετά από έρευνα που διεξήχθη στους καταναλωτές του φαρμακείου, τα κριτήρια επιλογής συμπληρωμάτων διατροφής παρουσιάζονται ως εξής:

Τα αποτελέσματα δείχνουν ξεκάθαρα ότι οι καταναλωτές επιλέγουν προϊόντα τα οποία έχουν ήδη κερδίσει την εμπιστοσύνη τους από την εμπειρία χρήσης τους.

### Προδιαγραφές που εξασφαλίζουν την πιστότητα καταναλωτή

Για να κερδίσει ένα συμπλήρωμα την εμπιστοσύνη του καταναλωτή, πρέπει να πληροί 3 βασικές προδιαγραφές:

**1 Βέλτιστη ποιότητα**, παράγοντας που εξασφαλίζει την καλή εμπειρία του χρήστη από τη στιγμή που παραλαμβάνει το προϊόν μέχρι το τέλος της χρήσης του. Η ποιότητα καθορίζει όλες τις παραμέτρους του προϊόντος, ξεκινώντας από την τεχνολογία παραγωγής, τις πρώτες ύλες, την επιστημονική τεκμηρίωση της σύνθεσης, τη σταθερότητα του τελικού προϊόντος μέχρι και τη συσκευασία. Ας μην ξεχνάμε ότι η ποιότητα του προϊόντος ξεχνιέται πολύ πιο αργά από οποιονδήποτε άλλο παράγοντα.

**2 Αποτελεσματικότητα**. Το προϊόν για να κερδίσει πιστότητα θα πρέπει να πραγματοποιεί ό,τι υπόσχεται, είτε από τη συσκευασία, είτε από τη διαφήμιση. Κάθε καταναλωτής έχει συγκεκριμένες προσδοκίες από τα προϊόντα που επιλέγει. Τα συμπληρώματα διατροφής αγγίζουν τον ευαίσθητο τομέα της υγείας και δημιουργούν προσδοκίες για καλύτερευση αυτής, όπως και της φυσικής κατάστασης του οργανισμού. Συνεπώς, για να κερδίσει ένα συμπλήρωμα πιστότητα θα πρέπει να είναι αποτελεσματικό για το σκοπό τον οποίο έχει δημιουργηθεί. Βασικές προϋποθέσεις για την αποτελεσματικότητα του προϊόντος είναι η ποιότητα και η επιστημονική τεκμηρίωση της σύνθεσης και της δοσολογίας.

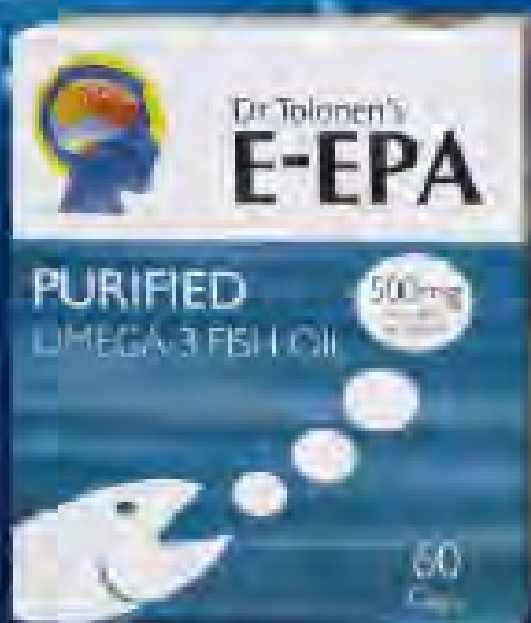
**3 Πληροφόρηση**. Η πληροφόρηση και η έγκυρη ενημέρωση των καταναλωτών είναι ο βασικός μοχλός ανάπτυξης της αγοράς των συμπληρωμάτων διατροφής. Σε όποια μορφή και αν δίδεται, είτε μέσω ενημερωτικών εντύπων, διαφήμισης, συσκευασίας, είτε διά στόματος φαρμακοποιού, θα πρέπει να είναι έγκυρη, ακριβής και να αποσαφηνίζει ποια είναι η δράση του προϊόντος και σε ποιες περιπτώσεις προτείνεται η χρήση του. Υπάρχουν προδιαγραφές δευτερεύουσας σημασίας, οι οποίες όμως μπορεί να λειτουργήσουν καταλυτικά στη διαδικασία επιλογής προϊόντος, κυρίως όταν δεν υπάρχει συμβουλή ειδικού. Αυτές είναι η τιμή, η οποία θα πρέπει να ενισχύει την αγοραστική δύναμη του καταναλωτή και η συσκευασία, η οποία θα πρέπει να επικοινωνεί γρήγορα και διακριτά τις βασικές ιδιότητες του προϊόντος.

### Ο φαρμακοποιός βασικός σύμβουλος στη χρήση Συμπληρωμάτων Διατροφής

Βάσει των αποτελεσμάτων για το προφίλ των καταναλωτών, ο φαρμακοποιός παίζει καταλυτικό ρόλο στην επιλογή του προϊόντος. Η επιλογή του κατάλληλου συμπληρώματος είναι μια αρκετά δύσκολη και πολύπλοκη διαδικασία, η οποία όταν γίνεται σωστά προσδίδει

Νέο "καθαρό" ιχθυέλαιο, υψηλής απόδοσης  
σε Ωμέγα-3 λιπαρά οξέα

Dr Tolonen's  
**E-EPA** 500mg  
PURIFIED  
OMEGA-3 FISH OIL



Τα Ωμέγα-3 λιπαρά οξέα παίζουν σημαντικό ρόλο:

- στη σωστή λειτουργία του εγκεφάλου
- στην καλή πνευματική υγεία
- στη διατήρηση της υγείας της καρδιάς και των αγγείων

Το Dr. Tolonen's E-EPA (επιγλυ-εicosαρεταενοϊκό οξύ) είναι ένα μοναδικό ιχθυέλαιο που προέρχεται από άγρια λιπαρά ψάρια που ζουν στα βαθιά νερά του Ερηνικού ωκεανού.

Λόγω της διπλής αποστείξης το E-EPA είναι αποκαθαρμένο από καλχηστερόλη, φηγλυκερίδια, τρανς λιπαρά οξέα και επικίνδυνα παραβλαβητικές μόλυνσης όπως υδράργυρο, μόλυβδο, τοξίνες (PCB) και διαθίνες.

Τα τελευταία χρόνια ο όγκος των κλινικών μελετών με επιγλυ-εicosαρεταενοϊκό οξύ αυξάνεται έκοντας πολύ ενθαρρυντικό αποτέλεσμα σε ψυχο-νευρωτικές διαταραχές.

Διατίθεται στα φαρμακεία.

Το συμπλήρωμα διατροφής δεν υποκαθιστάει μια ισορροπημένη διατροφή. Αρ.Πρωτ./Ύψος:ΕΟΦ-708/08-03-07.



**Douni**  
health products

Παράση Επέ Π, 16 452, Αργυρούπολη, τηλ.: 210 99 41 451, fax: 210 99 52 215, email: douni@otone.gr, www.douni.gr

κύρος και αξιοπιστία στο πρόσωπο του φαρμακοποιού και σίγουρα δημιουργεί προϋποθέσεις για αύξηση των σταθερών πελατών του.

Οι παραπάνω προδιαγραφές θα πρέπει να είναι το βασικό κριτήριο επιλογής προϊόντων και προμηθευτών, ώστε να εξασφαλιστεί η μελλοντική πιστότητα, η αξιοπιστία και η εμπιστοσύνη του φαρμακοποιού αλλήλ και του καταναλωτή προς αυτά.

Παράλληλα, εξαιρετικά σημαντική είναι η σωστή προσέγγιση του καταναλωτή από το φαρμακοποιό και η επιλογή του κατάλληλου προϊόντος από τις διάφορες μάρκες που διαθέτει στο φαρμακείο του. Κάθε καταναλωτής που ζητάει συμβουλή θα πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν ξεχωριστή μονάδα με ιδιαίτερες ανάγκες και προσδοκίες. Γι' αυτό ο φαρμακοποιός θα πρέπει να συλλέξει αρκετά στοιχεία για το άτομο που έχει απέναντί του και να καταλήξει σε μια εξατομικευμένη πρόταση.

### Τι πρέπει να λάβουμε υπόψη για την κατάλληλη πρόταση συμπληρώματος:

#### Γενική κατάσταση της υγείας του πελάτη

Είναι πολύ σημαντικό να γνωρίζουμε εάν υπάρχουν συγκεκριμένες παθολογίες ή συμπτώματα. Για παράδειγμα, εάν η λειτουργία του εντέρου δεν είναι ομαλή, τότε η λήψη ενός συμπληρώματος μπορεί να είναι ανώφελη διότι τα συστατικά του κατά πάσα πιθανότητα δεν θα απορροφηθούν. Άρα, πρώτα πρέπει να υποστηριχτεί η λειτουργία του εντέρου.

#### Πρόσφατες εξετάσεις

Οι εξετάσεις θα δείξουν την κατάσταση του οργανισμού και τυχόν ελλείψεις σε συστατικά όπως σίδηρος, μαγνήσιο ή φερριτίνη, οπότε ο φαρμακοποιός μπορεί να προτείνει τη συμπληρωματική λήψη συστατικών. Επίσης οι πρόσφατες εξετάσεις μπορεί να δείξουν εμφάνιση νέας παθολογίας και να χρειαστεί η διακοπή της λήψης συμπληρώματος ή η αντικατάστασή του. Για παράδειγμα, αν το άτομο έχει εμφανίσει πρόσφατα διαβήτη και παίρνει γλυκοσαμίνη για τις αρθρώσεις θα πρέπει να διακόψει τη λήψη και να την αντικαταστήσει με ιχθυέλαια.

#### Φαρμακευτική αγωγή

Ο φαρμακοποιός πριν προτείνει οποιοδήποτε συμπλήρωμα θα πρέπει οπωσδήποτε να γνωρίζει εάν γίνεται χρήση φάρμακων. Ειδικά στην περίπτωση των βοτάνων, θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός. Κάποια συστατικά που περιέχονται στα συμπληρώματα καθώς και σχεδόν όλα τα βότανα παρουσιάζουν αλληλεπιδράσεις με φάρμακα. Για παράδειγμα, το ιπποφαές δεν πρέπει να λαμβάνεται με αναστολείς ACE.

### Αλλεργίες ή δυσανεξία σε τροφές

Εάν κάποιο άτομο είναι αλλεργικό σε κάποιες τροφές, ο φαρμακοποιός θα πρέπει να το γνωρίζει διότι πιθανόν υπάρχουν συμπληρώματα τα οποία αποκλείονται. Για παράδειγμα εάν κάποια γυναίκα έχει αλλεργία στη σόγια, δεν μπορεί να πάρει συμπλήρωμα με ισοφλαβόνες από σόγια.

### Διατροφικές συνήθειες

Ο φαρμακοποιός πριν κάνει την πρότασή του θα πρέπει να γνωρίζει τις διατροφικές συνήθειες του ατόμου. Είναι πολύ σημαντικό να γνωρίζουμε εάν έχουν αποκλειστεί διατροφικές ομάδες ή τροφές από το διαιτολόγιο ή γίνεται κατανάλωση επεξεργασμένων τροφών σε μεγάλες ποσότητες. Για παράδειγμα, εάν μια γυναίκα στην εμμηνόπαυση δεν τρώει γαλακτοκομικά, θα πρέπει να παίρνει μεγαλύτερες δόσεις ασβεστίου από τα συμπληρώματα.

### Καθημερινές συνήθειες

Οι καθημερινές συνήθειες τις περισσότερες φορές καθορίζουν τις απαιτήσεις του οργανισμού σε θρεπτικά συστατικά. Τέτοιες συνήθειες είναι η συχνότητα της άσκησης, οι ώρες εργασίας, οι ώρες ύπνου, τα επίπεδα στρες, το κάπνισμα, η κατανάλωση αλκοόλ κ.α. Για παράδειγμα, ένας καπνιστής χρειάζεται μεγαλύτερα επίπεδα αντιοξειδωτικών από ένα μη καπνιστή.

### Χρήση άλλων συμπληρωμάτων

Καλό είναι ο φαρμακοποιός να γνωρίζει εάν έχει γίνει ή γίνεται χρήση άλλων συμπληρωμάτων για να συμπληρώσει ή να αποκλείσει συστατικά σύμφωνα με την ανάγκη που έχει να αντιμετωπίσει.

Μετά τη συλλογή των παραπάνω στοιχείων, ο φαρμακοποιός θα πρέπει να είναι σε θέση να προτείνει το κατάλληλο συμπλήρωμα, το οποίο θα ανταποκρίνεται με αξιώσεις στις ανάγκες του πελάτη.

Όλα τα παραπάνω μπορούν να λειτουργήσουν αρκετά καλά μόνο όταν γνωρίζουμε την επιστημονικά τεκμηριωμένη δράση κάθε συστατικού που περιέχεται στα συμπληρώματα. Γι' αυτό η εκπαίδευση του φαρμακοποιού σ' αυτό τον τομέα πρέπει να είναι έγκυρη, επαρκής και διαρκής, ώστε να μπορεί να αναγνωρίζει τις πραγματικές ανάγκες των καταναλωτών και να είναι απόλυτα σίγουρος για τη συμβουλή του. ■

#### ΠΡΟΦΙΛ

**Η κ. Ελένη Αθανασοπούλου διατελεί διευθύντρια marketing στην εταιρεία Douni Health Products SA από το 2004. Είναι πτυχιούχος στα Μαθηματικά από το Πανεπιστήμιο Πατρών και έχει MBA στο Marketing από το Πανεπιστήμιο Stirling της Σκωτίας -UK. MBA Dissertation: "The future of the Greek food supplements' market. A comparative study between the Greek and the British market." Stirling, 2004.**

VITAL Silver  
50+

# Ενέργεια... πολλών μποφόρ!

12 βιταμίνες, 11 μέταλλα και ιχνοστοιχεία,  
εκχύλισμα Panax Ginseng, συνένζυμο B10,  
καρντίνη, θουκείνη και λεκιθίνη!

## VITAL Silver!

Το πιο εξειδικευμένο συμπλήρωμα  
άπρωτη με τη δράση να ενισχύει  
ωμάδα για τη μείωση των ανδρικών  
και γυναικών άνω των 50 ετών:

- Ψηλή ενέργεια
- Πραγματική γέννηση
- Συναγωγή της Εξειδικευμένης προστασίας
- Ένα μοναδικό σκεύασμα  
για την καλή λειτουργία  
του οργανισμού

Χωρίς Ζάχαρη και Γλυκόζη.

Συμβουλευτείτε τον γιατρό  
ή τον φαρμακοποιό σας!



Από Κρόουλ κ.σ.φ.ο.ο.ο. ΕΠΕ - 10114, ΣΑΟ

www.vital.gr  
Τηλ: 0210 6060000 (24/7)

VITAL

Το ζωτικό σας πλεονέκτημα!

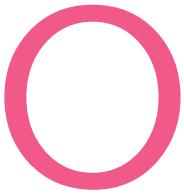
www.vital.gr

# Άγιος Βασίλης έρχεται από το φαρμακείο...

Χωρίς πάντα να ξεχνάμε τον πραγματικό σκοπό του φαρμακείου και του φαρμακοποιού, τώρα τις γιορτές είναι ίσως η καταλληλότερη εποχή για να προβάλλουμε μια διαφορετική εικόνα του φαρμακείου μας: Την εικόνα ενός χώρου που μπορεί να αποτελέσει σημείο αγοράς δώρων για τα άτομα που πραγματικά νοιαζόμαστε!

Από την **ΑΣΠΑΣΙΑ ΣΚΟΥΦΙΔΗ** Βοηθό φαρμακείου, Σύμβουλο ανάπτυξης και προώθησης πωλήσεων





ι γιορτές έφτασαν και η αγορά φοράει τα γιορτινά της. Οι βιτρίνες στολίζονται με χριστουγεννιάτικα θέματα. Έληθα και Άγιοι Βασίληδες κάνουν την εμφάνισή τους, ενώ τα περιοδικά και

η τηλεόραση, μας βομβαρδίζουν με προτάσεις δώρων για τα αγαπημένα μας πρόσωπα... Δώρα αγάπης, δώρα υποχρέωσης, δώρα μικρής ή μεγάλης αξίας, δεν έχει σημασία, το μόνο σίγουρο είναι πως κάθε χρόνο αυτή την περίοδο όλοι αναζητούμε δώρα!

Το φαρμακείο μας όμως -το οποίο παραδοσιακά θεωρείται μόνο σαν χώρος υγείας (ή μήπως αρρώστιας για τους περισσότερους πελάτες;-) τι δουλειά έχει με όλα αυτά; Κι όμως, είναι ίσως μια ευκαιρία να προβάλλουμε και μια εικόνα διαφορετική, αρκεί να θυμίσουμε στους πελάτες μας τις πραγματικά αμέτρητες επιλογές ανάμεσα στις οποίες μπορούν να επιλέξουν προϊόντα, ώστε να τα δωρίσουν στα αγαπημένα τους πρόσωπα. Εδώ μπορούν να βρουν δώρα που αναδεικνύουν το πραγματικό τους ενδιαφέρον για τους αγαπημένους τους.

### Η πρό-σ-κλήση ενδιαφέροντος!

Θα πρέπει να ξεχάσουμε την παραδοσιακή εικόνα του φαρμακείου και να το μετατρέψουμε σε ένα κατάσταση ευχάριστο, γεμάτο χρώματα, μουσική και γιορτινή ατμόσφαιρα! Στη βιτρίνα μας μπορούμε να δημιουργήσουμε χριστουγεννιάτικα θέματα με πολύχρωμα λαμπάκια, στολισμένα έληθα -ή караβάκια για τους πιο παραδοσιακούς- Άγιους Βασίληδες με σάκους γεμάτους δώρα, ακόμα και έληκηθρα με ταράνδους αν έχουμε τη διάθεση και τον ανάλογο προϋπολογισμό!

Επίσης, οι περισσότερες εταιρείες προσφέρουν γιορτινές βιτρίνες οι οποίες δεν μας κοστίζουν καθόλου και μας βάζουν στο κλίμα των εορτών!

Παράλληλα, μπορούμε να γράψουμε σε μια μεγάλη καρτολίνα ή σε ένα πίνακα ένα «έξυπνο μήνυμα» το οποίο θα κεντρίσει το ενδιαφέρον των περαστικών, όπως: «Δώρα αγάπης για τους δικούς σας ανθρώπους» ή «Αυτά τα Χρι-

στούγεννα χαρίστε δώρα υγείας στους ανθρώπους σας». Στο εσωτερικό του φαρμακείου μπορούμε να βάλουμε αιθέρια έληια με άρωμα έληατος, πεύκου, πορτοκαλιού ή κανέλης που θυμίζουν γιορτές, ενώ χριστουγεννιάτικες μελωδίες θα παίζουν στο στερεοφωνικό. Η χριστουγεννιάτικη διακόσμηση μπορεί να εμπλουτιστεί με μπάλες, γιρλάντες και φωτάκια σε διάφορες μεριές του χώρου. Για τους πιο τολημηρούς μπορεί και το προσωπικό του φαρμακείου να φοράει σκουφάκια Άγιου Βασίλη τις παραμονές! Είναι σίγουρο πως ακόμη και οι πελάτες που έρχονται να αγοράσουν τα φάρμακά τους, θα αισθανθούν τη ζεστασιά και τη χαρούμενη ατμόσφαιρα που θα κυριαρχεί στο χώρο μας!

Σε ένα κεντρικό σημείο του φαρμακείου ή κάτω από το χριστουγεννιάτικο δέντρο ή πάνω σε μια γόνδολα μπορούμε να φτιάξουμε κάποια παραδείγματα δώρων σε ωραίο αμπαλάζ, που θα δώσουν ιδέες στους πελάτες μας.

### Προτάσεις για όλους!

Από τη στιγμή που θα προσφέρουμε τη δυνατότητα να αγοράσει κάποιος δώρα από το φαρμακείο, θα πρέπει να του προσφέρουμε και το ανάλογο αμπαλάζ. Μπορούμε να προμηθευτούμε γιορτινές τσάντες (με ή χωρίς την επωνυμία μας), πολύχρωμες κόλλες περιτυλίγματος, κουτιά σε διάφορα μεγέθη, πουγκιά από οργάντζα και κορδέλες σε διάφορα χρώματα!

Επίσης κάποιο άτομο από τους υπαλλήλους, καλό θα ήταν να εκπαιδευτεί στη συσκευασία δώρων. Αν αυτό δεν είναι δυνατόν, θα πρέπει να επιλέξουμε συσκευασίες εύκολες και γρήγορες που δεν χρειάζονται φιλόγκους ή πολύπλοκα δεσίματα.

As δούμε μερικά παραδείγματα δώρων που μπορούμε να προτείνουμε στους πελάτες μας, ανάλογα με τις ηλικίες τους αήλη και τον οικονομικό τους προϋπολογισμό!

### Δώρα για τους μεγαλύτερους σε ηλικία

Για τον παππού ή τη γιαγιά της οικογένειας μπορούμε να αγοράσουμε ένα ηλεκτρονικό πιεσόμετρο, για να μην χρειάζεται να ζητάνε από κάποιον να τους παίρνει την πίεση ή ένα μηχανήμα μέτρησης του ζαχάρου αν έχουν τέτοιο πρόβλημα. Πιο οικονομικές λύσεις είναι μια εβδομαδιαία ή μηνιαία θήκη χαπιών, ώστε να μην έχουν το άγχος αν πήρανε το χάπι τους το πρωί... Επίσης, η γιαγιά μας θα εκτιμήσει ιδιαίτερα ένα ζευγάρι ανατομικά παπούτσια και ο παππούς ένα ζευγάρι ζεστές παντόφλες. Τέλος, παρόλο που μπορεί να μην μας το έχει ζητήσει ποτέ μιας και «είναι πολύ μεγάλη για τέτοια», μια πολύ καλή ενυδατική κρέμα για να βάζει στο πρόσωπο ή τα χέρια που την «τραβάνε», είναι μια πολύ καλή λύση για την αγαπημένη μας γιαγιά!

### Δώρα για τους μικρούς μας φίλους

Σε όλα τα μικρά παιδιά άρεσει το μπάνιο! Τι πιο καλό λοι-



για εκείνη. Και επειδή, όπως λένε, οι γυναίκες είναι περίεργες, καλό θα ήταν να βάλουμε στο δώρο και μια καρτούλα αλληλαγής, για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα, για το πολύ πιθανό ενδεχόμενο να θέλει να αλληλάξει το δώρο της...

πόν από ένα «σετ» αφρόλουτρου και σαμπουάν ή γαλακτώματος σώματος και κοιλώνιας, στο οποίο μπορούμε να προσθέσουμε κάποιο μικροδωράκι για παιχνίδι στο μπάνιο! Τα πιο μεγάλα παιδιά επίσης θα λατρέψουν ένα φυτικό τζελ για τα μαλλιά τους ή μια παιδική οδοντόβουρτσα με ωραία σχέδια μαζί με την αντίστοιχη οδοντόκρεμα! Για τα πιο μικρά μωρά, μπορούμε να προτείνουμε μαστικά σε διάφορα σχέδια μαζί με κάποια φυτική αλοιφή ανακούφισης των ούλων ή πιπίλινες μαζί με τις θήκες τους ή τα κλιπ για να τα πιάνουν στα ρουχαλάκια τους. Και φυσικά μπιμπερό σε διάφορα σχέδια και μεγέθη, εκπαιδευτικά ποτηράκια, σετ παιδικά μαχαιροπήρουνα ακόμη και παιδικές βιταμίνες σε διάφορες γεύσεις και σχήματα, είναι μερικά από τα δώρα που μπορούμε να προτείνουμε.

As μην ξεχνάμε πως στα παιδιά κάνει ιδιαίτερη εντύπωση το περιτύλιγμα. Μπορούμε λοιπόν να έχουμε ξεχωριστές πολύχρωμες σακούλες με παιδικά σχέδια και αντί για κορδέλες, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε μπαλόνια!

### Δώρα για γυναίκες

Εδώ ο κατάλογος θα μπορούσε να είναι ατελείωτος!

Από την κορυφή ως τα νύχια, μια γυναίκα μπορεί να βρει στο φαρμακείο ότι θελήσει!

Από σαμπουάν και μάσκες μαλλιών, κρέμες για όλους τους τύπους δέρματος και όλα τα βαλάντια, αφρόλουτρα, γαλακτώματα σώματος, προϊόντα μακιγιάζ και περιποίησης των άκρων, μέχρι συμπληρώματα διατροφής και μοδάτα παπούτσια. Οι επιλογές είναι αμέτρητες.

Για να προτείνουμε κάτι όμως, θα πρέπει να μάθουμε πληροφορίες σχετικά με την ηλικία της, τις συνήθειές της, καθώς και τα χρήματα που θέλουν να ξοδέψουν

### Δώρα και για τους άντρες!

Και εδώ η φαντασία μπορεί να μας βοηθήσει να πρωτοτυπήσουμε!

Αρχίζοντας από τις πιο απλές επιλογές όπως ένα σετ ξυρίσματος ή μια ροσιόν και βιταμίνες για την τόνωση των μαλλιών, μέχρι ένα φαρμακείο αυτοκινήτου για το καινούργιο του αυτοκίνητο ή ένα σετ επιγονατίδες για το σκι. Οι επιλογές μας είναι πάρα πολλές!

### Μικροδωράκια για όλους!

Συνήθως εκτός από τα δώρα που αγοράζουμε για τους πολύ δικούς μας ανθρώπους, χρειαζόμαστε και κάποια μικροδωράκια έτσι «για το καλό». Μπορούμε να έχουμε λοιπόν έτοιμες συσκευασμένες προτάσεις αξίας 5-20 ευρώ, σε κάποιο σημείο κοντά στο ταμείο του φαρμακείου, που θα ενισχύσουν την αυθόρμητη αγορά, ενώ επιπλέον δεν θα χρειάζεται να ασχολούμαστε με το τύλιγμα δώρων εν ώρα δουλειάς! Τέτοια παραδείγματα μπορεί να είναι κρέμες χεριών, σετ μανό και ασετόν, κραγιόν με μολύβια χειλιών, σετ σαμπουάν και αφρόλουτρα, αιθέρια έλαια μαζί με συσκευές αρωματισμού χώρου ή ακόμα και βιταμίνες για ενίσχυση του ανοσοποιητικού για τους «φιλάσθενους» φίλους μας!

Το φαρμακείο μας λοιπόν μπορεί να καλύψει μια ευρεία γκάμα δώρων για όλες τις ηλικίες και όλες τις οικονομικές κλίμακες, αρκεί να έχουμε τη διάθεση και τη φαντασία να μεταμορφώσουμε τα είδη που ήδη έχουμε σε όμορφα δώρα που μπορούν να προσφέρουν οι πελάτες μας στους αγαπημένους τους για τις γιορτές. Έτσι όχι μόνο θα ενισχύσουμε την κερδοφορία μας, αλλά θα δώσουμε την ευκαιρία στους πελάτες μας να δουν και μια άλλη πιο αισιόδοξη και χαρούμενη άποψη του φαρμακείου της γειτονιάς τους! ■

# Ενισχύστε τις άμυνές σας!

## Το θαύμα των Ωμέγα

Ανεκτίμητο για την υγεία μας είναι το Ωμέγα ή λιπαρά οξέα. Έργα, όπως, όλες οι μελέτες δείχνουν την εξαιρετική τους σημασία για την υγεία του νευρικού, του καρδιαγγειακού και του ανοσοποιητικού μας συστήματος – σε μην έλυνάμε σε επαρκώς θηλυμένη ανοσοποιητικό σύστημα να γίνει την πόρτα σε πλήθος ασθενειών, όπως τα κοινά κρυολήματα, μέχρι την καρδιά.

Επιπλέον, οι περισσότεροι από εμάς δεν λαμβάνουμε αρκετά λιπαρά οξέα. Λίγα π.χ. καταναλώνουμε αρκετά λιπαρά ψάρι (έλαση πηγα 23) ενώ ακόμη λιγότεροι γνωρίζουν την πραγματική προέλευση των φαρμάκων που καταναλώνουμε.

Κόψτε τον κίνδυνο των ασθενειών από κοινό με Nature's Plus Ultra Omega 3/6/9 με ισορροπημένη σύνθεση των λιπαρών οξέων (λιπαρά οξέα 3, 6 και 9) (ωμόλιθιο, κωμόλιθιο, λιπαρά οξέα 3, 6 και 9).

Δοκιμάστε σήμερα Nature's Plus Ultra Omega 3/6/9 και αναβαθμίστε την άμυνή σας!

Εάν είστε ήδη πελάτης, μπορείτε να αγοράσετε το προϊόν μας με έκπτωση. Για να έχετε την καλύτερη τιμή, παρακαλούμε να επικοινωνήσετε με τον υπεύθυνο πωλήσεων της εταιρείας μας. Η επικοινωνία μπορεί να γίνει μέσω τηλεφώνου ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Η Nature's Plus, κατασκευάζει προϊόντα υψηλής ποιότητας από τα καλύτερα υλικά. Τα προϊόντα μας είναι 100% φυσικά και χωρίς χημικά πρόσθετα. Τα προϊόντα μας είναι 100% φυσικά και χωρίς χημικά πρόσθετα. Τα προϊόντα μας είναι 100% φυσικά και χωρίς χημικά πρόσθετα.



## Nature's Plus The Energy Supplements

Γεν. Άγ. Γεωργίου: NATURAL PLUS Α.Ε. | Αγ. Γεωργίου 11 | 151 27 Μ. Αθήνα  
 Τηλ: +210 61.62 478 210 62.24.604 | [www.naturalplus.com](http://www.naturalplus.com)  
 Εξυπηλ. Ελάδα: 2010 430.035  
 Κωδικός: 00452 952 41 976



Ωμέγα 3/6/9 1000mg

# ΝΕΑ ΓΡΙΠΗ

## Ο ρόλος του φαρμακοποιού

Ο ιός της νέας γρίπης άρχισε να κυκλοφορεί ευρέως πλέον στην Ελλάδα, ιδιαίτερα όσο μπαίνουμε στο Χειμώνα. Ο ρόλος που καλείται να παίξει ο φαρμακοποιός στη διαχείριση της νέας γρίπης είναι ουσιαστικός και παράλληλα διακριτός. Η ενημέρωση του πολίτη είναι από τις προτεραιότητες του φαρμακείου.



■ Από τον κ. **ΙΩΑΝΝΗ ΜΑΚΡΥΓΙΑΝΝΗ**, πρόεδρο του Φαρμακευτικού Συλλόγου Λάρισας

Οι σημαντικότερες προϋποθέσεις που καθορίζουν το ρόλο του φαρμακοποιού στην αντιμετώπιση του προβλήματος της νέας γρίπης είναι:

- Α) Η ενημέρωση του πληθυσμού της κοινότητας για την πορεία και τη διασπορά του ιού H1N1.**
- Β) Η καθοδήγηση και πληροφόρηση των ασθενών για τον τρόπο συμπεριφοράς και η λήψη προληπτικών μέτρων.**
- Γ) Η συμβολή στον έλεγχο και τον περιορισμό της νέας γρίπης σε μια ενδεχόμενη πανδημία.**
- Δ) Η φαρμακο-επαγρύπνηση και ο ρόλος στην ενημέρωση των οργάνων του κράτους: ΕΟΦ, ΚΕΕΛΠΝΟ και ευρωπαϊκοί οργανισμοί (ΕΜΕΑ).**

Από την πρώτη στιγμή οι Φαρμακευτικοί Σύλλογοι της χώρας σε συνεργασία με το ΚΕΕΛΠΝΟ, τοποθέτησαν στην πρόσοψη του φαρμακείου την αφίσα με τις οδηγίες πρόληψης για τον πολίτη, οργάνωσαν και συνεχίζουν να οργανώνουν επιστημονικές εκδηλώσεις ενημέρωσης των μελών τους, προμηθεύτηκαν υγειονομικό υλικό και καθοδήγησαν τον πληθυσμό της κοινότητας για:

- Σωστή χρήση των αντισηπτικών προϊόντων, των αλκοολούχων διαλυμάτων, τη χρήση της μάσκας,
- Το συχνό πλύσιμο των χεριών, την αποφυγή παραμονής σε πολυσύχναστους και κλειστούς χώρους
- Την καθοδήγηση του ασθενή όταν διαπιστώσει τις πρώτες ενδείξεις μίας ήπιας εκδήλωσης γρίπης
- Τη συμβουλή να παραμένουν στο σπίτι και να επικοινωνούν με τον φαρμακοποιό.

**NEO**

# LAVISEPT®

## Ήπιο αντισηπτικό gel χεριών

Σε μία εποχή που η καθημερινή αντισηψία είναι πλέον απαραίτητη, η Lavipharm παρουσιάζει το **LAVISEPT®**, ένα νέο, ήπιο αντισηπτικό gel χεριών.

- Με **75% αιθυλική αλκοόλη**
- Ήπια αντισηψία
- Χωρίς νερό και σαπούνι
- Αποτελεσματική, ήπια αντιμικροβιακή και αντιβακτηριδιακή δράση
- Δεν ξηραίνει τα χέρια

Το **LAVISEPT®** ήπιο αντισηπτικό gel χεριών κυκλοφορεί σε 3 πρακτικές συσκευασίες:

- 60 ml για την τσέπη και την τσάντα
- 200 ml για το σπίτι, το σχολείο, το γραφείο
- 500 ml με αντλία



**ΠΩΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ**

Τιμοκατάλογος

Όνομα Προϊόντος	Κυβισική Τμχ	Λίστιμη Τμχ
Lavisept 60ml τσέπη	94,00	1,91
Lavisept gel χεριών 200ml	1,80	6,91
Lavisept gel χεριών 500ml	1,50	11,91
Lavisept gel χεριών 500ml	1,40	11,91

**...Χέρι άκρας υγείας!**

 **Lavipharm**

ωνούν με το γιατρό εφόσον παραστεί ανάγκη

- Την ουσιαστική παρέμβαση και προτροπή να απευθύνονται στο γιατρό άτομα τα οποία βρίσκονται σε υψηλό κίνδυνο, λόγω συνύπαρξης χρόνιων νοσημάτων όπως: Νοσήματα του αναπνευστικού, νοσήματα του καρδιαγγειακού, νεφρικές διαταραχές, αιματολογικές διαταραχές, ανοσοκαταστολή, αλλήλα και έγκυες γυναίκες και παιδιά μικρότερα των 5 ετών.

Επειδή το φαρμακείο είναι ένας χώρος επίσκεψης χιλιάδων ασθενών, αν σκεφτεί κανείς ότι τα 11.800 φαρμακεία της χώρας μας επισκέπτονται ημερησίως περίπου 600.000 πολίτες, γίνεται σαφές ότι ο φαρμακοποιός έχει ένα ιδιαίτερο ρόλο να ενημερωθεί σωστά για να μπορέσει να παρέχει ουσιαστική πρωτοβάθμια φαρμακευτική φροντίδα.

Έτσι οφείλει να γνωρίζει τις τρέχουσες οδηγίες για τη φροντίδα των ασθενών με γρίπη από το νέο ιό H1N1 στο σπίτι, να γνωρίζει τις πρώτες ενδείξεις και τις πιθανές επιπλοκές, το πώς μεταδίδεται η γρίπη, ποιες οι φαρμακευτικές αγωγές καθώς επίσης και τη σωστή χρήση των αντι-ιικών φαρμάκων, των εμβολίων, των αντιβιοτικών αλλήλα και του νέου εμβολίου για τον H1N1 και φυσικά την απαγόρευση της χρήσης ασπιρίνης (σύνδρομο Reye). Επίσης, θα πρέπει να γνωρίζει και να πληροφορεί τον πελάτη του με τις οδηγίες του Κέντρου Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων (ΚΕΕΛΠΝΟ) που αφορούν:

1. Τον τρόπο μετάδοσης της γρίπης.
2. Τα φαρμακευτικά μέτρα για την αντιμετώπιση των συμπτωμάτων.
3. Γενικά μέτρα για την πρόληψη της εξάπλωσης.
4. Τον τρόπο απομόνωσης του ασθενή.
5. Την προστασία των υπόλοιπων ατόμων στο σπίτι.
6. Να γνωρίζει τις οδηγίες για τα άτομα που φροντίζουν ασθενείς στο σπίτι.
7. Τη σωστή χρήση των χειρουργικών μασκών.
8. Τον τρόπο καθαρισμού των χώρων του σπιτιού, τη διαχείριση του ιματισμού και των απορριμμάτων.

Αυτές είναι χρήσιμες επισημάνσεις τις οποίες ο φαρμακοποιός οφείλει να γνωρίζει και να συμβάλει με τη δική του προσφορά σε μια ενδεχόμενη πανδημία γρίπης.

## ΦΑΡΜΑΚΟΕΠΑΓΡΥΠΝΗΣΗ

Επιπλέον, ένας σημαντικότερος ρόλος για τον οποίο ο φαρμακοποιός καλείται να προσφέρει τις υπηρεσίες του είναι ο τομέας της Φαρμακοεπαγρύπνησης.

Κατά τη διάρκεια πιθανής πανδημίας από το νέο ιό γρίπης (H1N1), βασικό συστατικό στη σωστή αντιμετώπιση ενός τέτοιου προβλήματος αποτελεί η παρακολούθηση των ανεπιθύμητων ενεργειών των αντι-ιικών φαρμάκων, των αντιβιοτικών και του νέου εμβολίου που θα χορηγηθεί από τα κέντρα εμβολιασμού.

Ο φαρμακοποιός είναι ο μόνος επαγγελματίας υγείας που έχει την πιο στενή σχέση με τον ασφαλισμένο με καθη-

μερινή σχεδόν επαφή. Αυτός είναι ίσως ο βασικότερος λόγος για τον οποίο οφείλει να ενεργοποιηθεί και να καταγράψει αυτό που ο ασθενής - πελάτης θα του αναφέρει. Βέβαια, έως τώρα οι ανεπιθύμητες ενέργειες από τη χρήση των αντι-ιικών φαρμάκων είναι σπάνιες. Εν τούτοις, κατά τη διάρκεια μιας πανδημίας είναι αναγκαίο να υπάρξει καταγραφή και επιτήρηση, γιατί τώρα θα έχουμε μαζική χρήση τέτοιων φαρμάκων αλλήλα και εκατομμύρια εμβολιασμούς. Όσο μεγαλύτερο τμήμα του πληθυσμού συμμετέχει σε μια ευρεία χορήγηση φαρμάκων, τόσο πιο συχνά θα καταγράφονται ανεπιθύμητες ενέργειες.

Ο φαρμακοποιός οφείλει να τις καταγράψει συμπληρώνοντας την κίτρινη κάρτα και αποστέλλοντάς τη στον ΕΟΦ. Ο ΕΟΦ με τη σειρά του, σε συνεργασία με τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Φαρμάκων (EMA), τα καταγράφει σε μια ειδική βάση δεδομένων, όπου καταχωρούνται όλες οι αναφορές ανεπιθύμητων ενεργειών. (Πρόγραμμα Eudravigilance), της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Επίσης, ο φαρμακοποιός σε καθημερινή βάση γίνεται αποδέκτης πολλών ερωτημάτων από τους πελάτες του. Τα βασικότερα εξ αυτών κωδικοποιούνται ως εξής:

- 1 Πόσο ασφαλές είναι το εμβόλιο της νέας γρίπης και ποιες είναι οι πιθανές παρενέργειες;
  - 2 Ποια άτομα έχουν προτεραιότητα για εμβολιασμό και αντι-ιική θεραπεία και πώς θα γίνει η επιλογή τους;
  - 3 Πώς θα οργανωθούν τα κέντρα εμβολιασμού και πότε θα ξεκινήσουν να πραγματοποιούνται;
- Έτσι οφείλει να είναι καθημερινά έτοιμος, να ενημερώνεται σωστά και υπεύθυνα, να συμβουλευέται τα θεσμικά όργανα, για να συμβάλει καθοριστικά στην αντιμετώπιση της νέας γρίπης, προσφέροντας πολύτιμο έργο στην κοινωνία σαν σημαντικός λειτουργός υγείας. ■

## ΠΟΥ ΘΑ ΒΡΕΙΤΕ ΤΗΝ ΚΙΤΡΙΝΗ ΚΑΡΤΑ

1. Την εκτυπώνετε από την ιστοσελίδα του ΕΟΦ: <http://www.eof3.eof.gr/web/quest/yellowgeneral>
2. Στα τηλέφωνα του ΕΟΦ: 210-6507380, 210-6507528
3. Στα φαρμακεία των νοσοκομείων
4. Μέσω FAX στο 210-6549585

## ΤΙ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΣΤΗΝ ΚΙΤΡΙΝΗ ΚΑΡΤΑ

- Την περιγραφή της ανεπιθύμητης ενέργειας.
- Τη σοβαρότητα των ανεπιθύμητων ενεργειών, έναρξη - λήξη χρήσης φαρμάκου.
- Το εμπορικό όνομα του ιδιοσκευάσματος που χρησιμοποίησε ο ασθενής.
- Την ηλικία και το φύλο του ασθενούς.
- Πρόσθετα κλινικά δεδομένα, συνύπαρξη νόσων, συν-χορήγηση φαρμάκων.
- Διάφορα εργαστηριακά ευρήματα.
- Παράγοντες κινδύνου για επιπλοκές από τη γρίπη.

# microbe<sup>end</sup>



Αντικαταστήστε  
gel με σαπούνι

## Μοιραστείτε συναισθήματα.

### Όχι μικρόβια.

Το Hand Cleaner MicrobeEnd είναι ιδανικό για το συχνά καθημερινό και τον αυξημένο καθαρισμό των χεριών. Είναι ένα απαλό σαπούνι gel με συνθετικές και αντιβακτηριακές ιδιότητες για τον αέρα, γρήγορο και αποτελεσματικό καθαρισμό χεριών. Είναι κατάλληλο για χρήση σε νοσηλεία, στην ύπαιθρο, σε βιολογικές εκδρομές. Διαθέτουμε μικροβιοδόξα για να είστε πάντα δίπλα στο σπίτι σας.

**PAMI**  
ENTERPRISES HELLAS

PAMI ENTERPRISES HELLAS

Α. Βάρης 40, 11624 Βαλκιά, Τηλ: +30 210 69 54 619, Fax: +30 210 69 50013, [www.pamihellas.gr](http://www.pamihellas.gr)

## 3 συμβουλές μας για να ετοιμαστείτε για την πανδημία γρίπης

### 1 Ενημερώστε και προστατεύστε το προσωπικό του φαρμακείου σας

Οργανώστε μια συνάντηση πληροφόρησης. Προτρέψτε τους να εμβολιαστούν, να φοράνε χειρουργικές μάσκες, να αλληλάζουν καθημερινά μπλουζες και να πλένουν συχνά τα χέρια τους, χρησιμοποιώντας συχνά τα απολυμαντικά χεριών. Παράλληλα, συμβουλευτείτε τους να κρατάνε απόσταση από τους πελάτες στον πάγκο ή στον ελεύθερο χώρο πώλησης και να αποφεύγουν τους εγκάρδιους εναγκαλισμούς και χειραψίες με πελάτες.

### 2 Αναδιοργανώστε το χώρο και τη λειτουργία του φαρμακείου

Επειδή πιθανώς μια πανδημία θα προκαλέσει απουσίες από σχεδόν το 30%-40% των εργαζομένων, φροντίστε από πριν να οργανώστε την εργασία στο φαρμακείο. Περιορίστε τις εργασίες στις πλέον απαραίτητες. Προτεραιότητα έχει η εξυπηρέτηση στον πάγκο. Οι βιτρίνες, οι προβολές, το επιμελημένο merchandizing και τα meetings εργασίας, ας μείνουν για αργότερα. Φροντίστε ιδιαίτερα να ετοιμάσετε κάποιον από το προσωπικό που να μπορεί να σας αντικαταστήσει, σε περίπτωση που εσείς αρρωστήσετε. Σε περίπτωση που αρρωστήσει κάποιος υπάλληλος, να ορίσετε και να προετοιμάσετε ποιος θα τον αντικαταστήσει στις κύριες αρμοδιότητές του ακόμη και κάνοντας κάποιες υπερωρίες σε γραμματειακές δουλειές.

### 3 Προσαρμόστε τις συνθήκες υποδοχής των πελατών σας

Όπως οφείτε να προστατεύετε το προσωπικό σας, το ίδιο οφείτε και στους πελάτες σας. Αν έχετε μπροστά σας ένα πελάτη γριπωμένο κρατήστε αποστάσεις τουλάχιστον 80 εκατοστών και υποδείξτε του να έρθει σε μια θέση εξυπηρέτησης στον πάγκο λίγο πιο μακριά από τη θέση εξυπηρέτησης των άλλων πελατών. Μια ιδέα βέβαια είναι να δημιουργήσετε αν είναι δυνατόν, 2 σειρές εξυπηρέτησης στον πάγκο, όπου η μια θα είναι ειδικά για τους γριπωμένους.

Φροντίστε την καθαριότητα και απολύμανση του χώρου: Τις επιφάνειες επαφής των πελατών αλλά και των υπαλλήλων (πάγκος, ράφια, συσκευή τηλεφώνου κ.λπ.) αλλά και του πατώματος. Αερίζετε συχνά τους χώρους ανοίγοντας πόρτες και παράθυρα. ■

## «Όχι αντιβίωση στις ιώσεις»

Πρώτη στην αλόγιστη χρήση αντιβιοτικών είναι σήμερα στην ΕΕ η χώρα μας, ενώ την ίδια ώρα, ολόκληρη η Ευρώπη αντιμετωπίζει το φαινόμενο του «τέλους των αντιβιοτικών» και ο άνθρωπος βρίσκεται μπροστά στον κίνδυνο να επιστρέψει στην εποχή που απλές λοιμώξεις οδηγούσαν στον θάνατο.

### Πότε ενδείκνυται η λήψη τους;

Αποκλειστικά για τη θεραπεία λοιμώξεων που προκαλούνται από μικρόβια και όχι από ιούς.

### Ποιες λαθεμένες αντιλήψεις επικρατούν σχετικά με τα αντιβιοτικά;

Τα αντιβιοτικά ΔΕΝ θεραπεύουν ούτε βοηθούν στην πρόληψη των ιώσεων.

Τα αντιβιοτικά ΔΕΝ προλαμβάνουν μια μικροβιακή λοίμωξη.

### Πώς να προφυλαχθούμε ;

Στις χώρες με τη μεγαλύτερη κατανάλωση αντιμικροβιακών απαιτάται και το υψηλότερο ποσοστό αντιμικροβιακής αντοχής. Η μόνη λύση, είναι η αποφυγή της άσκοπης κατανάλωσης αντιβιοτικών. Ειδικά για τον πονόλαιμο, οι ειδικοί της Ελληνικής Εταιρείας Έρευνας - Μελέτης & Εκπαίδευσης στις Λοιμώξεις, επισημαίνουν ότι «αν ο βήχας και ο πονόλαιμος δεν οφείλονται σε κάποια μικροβιακή λοίμωξη, για την ανακούφιση των συμπτωμάτων αρκεί μια απλή αντισηψία της στοματοφαρυγγικής κοιλότητας με παστίλιες και άλλα σκευάσματα, που περιέχουν αντιμικροβιακά / αντισηπτικά συστατικά, τα οποία καταπολεμούν ένα ευρύ φάσμα ιών (όπως το ιό της γρίπης Α, τον RSV, τον SARS-CoV5) και βακτηρίων και δεν να περιέχουν αντιβιοτικό.

### Τα παιδιά χρειάζονται περισσότερα αντιβιοτικά από τους ενήλικες

Η συντριπτική πλειονότητα των λοιμώξεων της παιδικής ηλικίας είναι ιογενείς και, όπως και στους ενήλικες, δεν χρειάζονται αντιβιοτικά.

### Οι παστίλιες και τα άλλα σκευάσματα για το λαιμό που περιέχουν αντιβιοτικά είναι κατάλληλα για την αντιμετώπιση του πονόλαιμου;

Οι παστίλιες και τα άλλα σκευάσματα για το λαιμό που περιέχουν αντιβιοτικά (π.χ. bacitracin, tyrothricin) είναι αναποτελεσματικά για να αντιμετωπίσουν τον πόνο και τη φλεγμονή του πονόλαιμου γιατί τα συμπτώματα αυτά είναι στη συντριπτική τους πλειοψηφία ιογενούς αιτιολογίας. Επιπλέον, ευνοούν την ανάπτυξη ανθεκτικών μικροβίων με πολύ δυσάρεστες συνέπειες. Για το λόγο αυτό οι Γαλλικές Υγειονομικές Υπηρεσίες στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού προγράμματος για την ορθή χρήση των αντιβιοτικών, διέταξαν την απόσυρση από την αγορά όλων των σκευασμάτων που περιέχουν αντιβιοτικά και προορίζονται για την αντιμετώπιση του πονόλαιμου.

Δρ. **ΣΤΑΘΗΣ ΣΚΛΗΡΟΣ** MD

Διδάκτωρ Ιατρικής Σχολής Πανεπιστημίου Κρήτης  
Δ/ντής Γενικής/Οικογενειακής Ιατρικής, Γ.Γ. Ελληνικής Εταιρείας Έρευνας και Εκπαίδευσης στην Πρωτοβάθμια Φροντίδα Υγείας



# Διαχείριση πελατειακών σχέσεων στο **ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ**

Μια στρατηγική διαφοροποίησης  
επενδύοντας στην προσωπική σχέση  
φαρμακοποιού-ασθενή



Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης κι ενώ γιγαντιαίες, απρόσωπες επιχειρήσεις εισβάλλουν καθημερινά στη ζωή μας, το φαρμακείο διατηρεί τον ανθρώπινο χαρακτήρα του. Και είναι αυτή ακριβώς η προσωπική σχέση του φαρμακοποιού με τον ασθενή-πελάτη που αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ελληνικού φαρμακείου. Είναι η ασπίδα του, απέναντι σε κάθε απρόσωπη απειλή.

Από την κ. **ΤΕΡΕΖΑ ΧΑΡΑΜΗ**, φαρμακοποιό

**A**ναγνωρίζοντας την αξία της δημιουργίας εξατομικευμένων (one to one) σχέσεων με όλους τους ασθενείς-πελάτες, καλείται κάθε φαρμακοποιός να επενδύσει και να διαχειριστεί αποτελεσματικά τις πελατειακές σχέσεις της επιχείρησής του. Στρατηγικό εργαλείο στην προσπάθεια αυτή θα μπορούσε να είναι το μάρκετινγκ σχέσεων.

Το μάρκετινγκ σχέσεων αποτελεί εξέλιξη του παραδοσιακού μάρκετινγκ. Έτσι, από το μαζικό μάρκετινγκ και την τμηματοποίηση σε μεγάλα κομμάτια της αγοράς, περάσαμε σήμερα σε ένα μάρκετινγκ σχέσεων που υποστηρίζει συναλλαγές εξατομικευμένες, οι οποίες θα πρέπει να είναι έξυπνες, επιθυμητές και επικερδείς, τόσο για την επιχείρηση όσο και για τους πελάτες.

Ως ειδικότερη περίπτωση του μάρκετινγκ σχέσεων αναπτύχθηκε τα τελευταία χρόνια το CRM (Customer Relationship Management). Το CRM αποτελεί μια επιχειρησιακή στρατηγική που σχεδιάστηκε με σκοπό να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να γνωρίσουν τους υπάρχοντες ή πιθανούς πελάτες τους και να δημιουργήσουν ισχυρές πελατειακές σχέσεις με την πάροδο του χρόνου, με στόχο το κτίσιμο πιστού πελατολογίου. Τα δεδομένα των πελατών συλλέγονται από διάφορα σημεία της επιχείρησης, συγκεντρώνονται σε μια κεντρική βάση δεδομένων και με τη χρήση της μηχανοργάνωσης, αναλύονται και διανέμονται σε συγκεκριμένα σημεία εντός της επιχείρησης. Τα σημεία αυτά είναι τα λεγόμενα «σημεία επαφής» (touch points), π.χ. οι πωλήσεις από τα διάφορα τμήματα του φαρμακείου, τα σημεία διαχείρισης εισερχόμενων και εξερχόμενων, καθώς και όλα τα υπόλοιπα σημεία όπου η επιχείρηση έρχεται σε επαφή με τους πελάτες αλλά και τους προμηθευτές της (Κοσμάτος, 2004).

Η τάση που επικρατεί στην αγορά σήμερα είναι να προσφέρεις στον καταναλωτή εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής αξίας που ο ίδιος επιθυμεί και αυτό να γίνεται στον κατάλληλο τόπο και χρόνο (Kumar *et al.*, 2006). Κάτι τέτοιο μπορεί πράγματι να επιτευχθεί με την εφαρμογή του CRM, το οποίο θα πρέπει να εφαρμοστεί στηριζόμενο σε ένα μάρκετινγκ που επικεντρώνεται

στην κατανόηση των προτιμήσεων των καταναλωτών, στην προβολή της αξίας των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών για τον τελικό αποδέκτη και στην εξατομίκευση αυτών. Σε γενικότερο επίπεδο, η στρατηγική που θα πλαισιώνει την παραπάνω προσπάθεια θα πρέπει να είναι πελατοκεντρική.

### Τα οφέλη της εφαρμογής ενός προγράμματος διαχείρισης πελατειακών σχέσεων

Εφαρμόζοντας το CRM, η επιχείρηση-φαρμακείο θα έχει τη δυνατότητα να συγκεντρώνει δεδομένα για τον πελάτη. Στη συνέχεια θα μπορεί να τα επεξεργάζεται (φάρμακα που παίρνει ο ασθενής, καλλυντικά που προτιμά, τύπο δέρματος, φύλο, ηλικία κ.ά.) και να εξαγει χρήσιμα συμπεράσματα, π.χ. για τους καλύτερους πελάτες ανά ηλικία. Με βάση αυτά τα συμπεράσματα, θα είναι σε θέση να γνωρίζει σε ποιους πελάτες αξίζει να αφοσιωθεί περισσότερος χρόνος ή αξίζει να προσφερθούν κάποιες εκπτώσεις ή ειδικά bonus. Με αυτό τον τρόπο επιδιώκεται οι σημαντικοί πελάτες να ενδυναμώσουν τη σχέση τους με το φαρμακείο και να γίνουν περισσότερο πιστοί. Τα δεδομένα που συλλέγονται με ένα σύστημα CRM, θα είναι διαθέσιμα πάντα και σε κάθε μέλος του προσωπικού του φαρμακείου. Έτσι, ο φαρμακοποιός και οι υπάλληλοι του φαρμακείου, θα είναι σε θέση να φανούν ανταξίοι των απαιτήσεων των πελατών-ασθενών, οι οποίοι επιθυμούν να θυμούνται οι πρώτοι, τα φάρμακα που συνηθίζουν να παίρνουν, το ιστορικό ασθενειών τους και τις προτιμήσεις τους.

Με όλη το CRM, το προσωπικό του φαρμακείου όχι μόνο θα μπορεί να γνωρίζει κάθε στιγμή τις επαφές του πελάτη-ασθενή με το φαρμακείο, αλλά θα μπορεί να τον «ξαφνιάσει» ευχάριστα, παρέχοντας ποιοτικές συμβουλές υγείας γύρω από:

- Τις τυχόν αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα που λαμβάνονται ταυτόχρονα,
- Τις τυχόν αλληλεπιδράσεις με την τροφή,
- Την εκάστοτε πάθηση και το σωστό τρόπο αντιμετώπισής της.

Το CRM θα δίνει τη δυνατότητα στο φαρμακείο να επιχειρεί επικοινωνία με τον πελάτη στο σωστό χρόνο και να προτείνει προϊόντα που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες του.

Με σωστή επεξεργασία των δεδομένων των πωλήσεων, θα είναι δυνατή η εύρεση των προϊόντων που αγοράζονται συνήθως μαζί, π.χ. αντιβίωση με βιταμίνες. Έτσι, με βάση τα συμπεράσματα που θα εξαχθούν, να ενισχυθεί η συμπληρωματική πώληση.

Οι ασθενείς-πελάτες του φαρμακείου με τη βοήθεια του CRM θα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε μεγάλες ομάδες ανάλογα με την πάθησή τους, π.χ. διαβητικοί, υπέρτασικοί, αλλεργικοί και άλλοι. Στη συνέχεια θα μπορούν να οργανωθούν εκστρατείες ενημέρωσης των ασθενών (με ενημερωτικά φυλλάδια, σεμινάρια) για τις παθήσεις τους και για τον τρόπο ζωής που ταιριάζει σε αυτές.

## Για την υιοθέτηση των εφαρμογών CRM στο ελληνικό φαρμακείο προτείνονται τα ακόλουθα βήματα

**ΒΗΜΑ 1 CRM στρατηγική.** Το πρώτο βήμα για την εφαρμογή CRM στο ελληνικό φαρμακείο θα πρέπει να είναι η διαμόρφωση μιας στρατηγικής μάρκετινγκ στην επιχείρηση. Η στρατηγική αυτή θα πρέπει να είναι πελατοκεντρική και να έχει στόχο τη δημιουργία και διατήρηση μακροχρόνιων σχέσεων με τους ασθενείς, έτσι ώστε να επωφεληθούν αμοιβαία τόσο οι ασθενείς, όσο και οι φαρμακοποιοί. Επίσης, ο φαρμακοποιοός θα πρέπει να στοχεύει κάθε επαφή με τον ασθενή-πελάτη να χτίζεται πάνω σε προηγούμενη επαφή, έτσι ώστε να αποκτά μεγαλύτερη αξία.

**ΒΗΜΑ 2 Δημιουργία βάσης δεδομένων** στο πρόγραμμα της μηχανοργάνωσης. Απαραίτητο βήμα για την εφαρμογή CRM στο ελληνικό φαρμακείο, αποτελεί η δημιουργία βάσης δεδομένων, στην οποία θα καταγράφονται όλα τα δεδομένα για τους πελάτες-ασθενείς, που προκύπτουν από κάθε επαφή των τελευταίων με το φαρμακείο. Για να εφαρμόσουμε πελατοκεντρική στρατηγική, ο πελάτης θα πρέπει να αποκτήσει κεντρική θέση στο λογισμικό. Η επαφή φαρμακείου-ασθενή, θα πρέπει να αρχίζει και να τελειώνει με στόχο τον πελάτη-ασθενή. Επιπλέον, χτίζοντας τη βάση δεδομένων θα ήταν χρήσιμο να καταγράφονται και στοιχεία όπως: η ηλικία, το επάγγελμα, η ασθένεια, ο τύπος επιδερμίδας, η προτίμηση σε μάρκες του φαρμακείου. Έτσι, η βάση δεδομένων που θα δημιουργηθεί, θα είναι κατάλληλη για την κατηγοριοποίηση των πελατών, που αποτελεί το επόμενο βήμα για την εφαρμογή CRM στο φαρμακείο.

**ΒΗΜΑ 3 Τμηματοποίηση αγοράς.** Επόμενο βήμα για την εφαρμογή CRM στο φαρμακείο είναι η αναγνώριση των πελατεϊακών τμημάτων της αγοράς, τα οποία θα αποτελέσουν στόχο της στρατηγικής CRM. Αξιοποιώντας τα δεδομένα που έχει συλλέξει ο φαρμακοποιοός στη βάση δεδομένων που έχει δημιουργήσει προηγουμένως,

μπορεί να δημιουργήσει πελατεϊακά τμήματα της αγοράς και κατόπιν ειδικά επιμέρους τμήματα (market niches) με βάση π.χ. τους παρακάτω παράγοντες: ηλικία, φύλο, παθολογία κ.ά.

**ΒΗΜΑ 4 Αξιολόγηση των τμημάτων-στόχων της αγοράς και οργάνωση εκστρατειών.** Σε αυτό το βήμα, οι πελάτες-ασθενείς του φαρμακείου που έχουν προηγουμένως κατηγοριοποιηθεί σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους, θα αποτελέσουν δέκτες ενός συνόλου προωθητικών ενεργειών. Ο σκοπός και το προσδοκώμενο αποτέλεσμα θα είναι διαφορετικό ανάλογα με την ομάδα-στόχο (target group) της εκάστοτε εκστρατείας και το χρόνο διεξαγωγής της.

**ΒΗΜΑ 5 Η κινητοποίηση του προσωπικού.** Η κινητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού του φαρμακείου αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την επιτυχή εφαρμογή του CRM. Το ελληνικό φαρμακείο ασπαζόμενο τη φιλοσοφία του CRM, θα πρέπει να φροντίσει οι εργαζόμενοι σε αυτό να εξοικειωθούν με τις νέες διεργασίες, γνώσεις και τεχνολογίες, αποκτώντας ταυτόχρονα ικανότητες και τρόπο σκέψης προσανατολισμένο στη δημιουργία σχέσεων με τον πελάτη. Μόνο με βαθιά γνώση του πελάτη θα μπορέσει να πραγματοποιηθεί ανάλογη προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών και να επιτευχθεί σταθερά διαφοροποιημένος χειρισμός των συναλλαγών και των διεργασιών που επιτελούνται μαζί του.

**ΒΗΜΑ 6 Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων από την εφαρμογή CRM.** Για τη διασφάλιση της συνεχόμενης επιτυχημένης εφαρμογής του CRM, επιβάλλεται να αναπτυχθεί και μέθοδος αξιολόγησης. Στην ελληνική αγορά η ανάπτυξη και η προσφορά ενός τέτοιου είδους λογισμικού θα συνέβαλε στη διάδοση των εφαρμογών CRM στο ελληνικό φαρμακείο, συνεπικουρώντας στη διαφοροποίηση και στην ενδυνάμωση της θέσης του απέναντι στον ανταγωνισμό. Η υιοθέτηση της πελατοκεντρικής φιλοσοφίας του CRM είναι ικανή να αποτελέσει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ελληνικού φαρμακείου, αρκεί να επενδύσει ο Έλληνας φαρμακοποιοός σε νέες τεχνολογίες και καινοτόμες υπηρεσίες.

### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Κοσμάτος Δ., 2004, «CRM - Διαχείριση πελατεϊακών σχέσεων: Η στρατηγική επιλογή», Κλειδάριθμος.  
 Gilmore D., Firing B., 2002, «Ogilvy and company», [www.ogilvy.com](http://www.ogilvy.com)  
 Kumar V., Reinartz W.J., 2006, «Customer Relationship Management-A Databased Approach», Wiley.  
 Chen I., Popovich K., 2003, «Understanding customer relationship management (CRM)- People, process and technology», *Business Process Management Journal*, 9, 5, 672-688.

# clearblue DIGITAL

Τεστ εγκυμοσύνης με **εβδομάδες**

NEO

Η Clearblue παρουσιάζει το **NEO**, **ημιεπαγγελματικό** Τεστ Εγκυμοσύνης με Εβδομάδες που δεν απαιτεί μόνο αλλά και ζεκάθαρα **ΜΕ ΛΕΞΕΙΣ** στο πρώτο "έγκυος" ή "όχι έγκυος", αλλά δείχνει και **ΠΩΣ ΠΟΣΕΣ ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ** έγινε η σύλληψη.

Το Clearblue Τεστ Εγκυμοσύνης με Εβδομάδες οφείλει την καινοτομία του στη τεχνολογία του **Smart Dual Sensor™** και αντί για 1 αισθητήρα ορμόνης στα εισαγωγικά της συσκευής υπάρχουν 2. Ο 1ος αισθητήρας εγχοπίζει την ορμόνη hCG και ο 2ος δείχνει τη συγκέντρωσή της και έτσι οδηγεί στην εκτίμηση του χρόνου σύλληψης.

- Ακρίβεια μεγαλύτερη από 99%
- Ζεκάθωρο αποτέλεσμα **ΜΕ ΛΕΞΕΙΣ** μέσα σε 3 λεπτά
- Ένδειξη των εβδομάδων από τη σύλληψη
- Χρήση έως και 4 ημέρες νωρίτερα από την αναμενόμενη ημέρα περιόδου

Κ.Τ. 13,01€  
Π.Α.Τ. 20,90€



clearblue  
Τώρα ξέρετε!

# Το εργασιακό στρες στο **ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ**

# 3

αποτελεσματικά  
βήματα για να το  
αντιμετωπίσετε

Είναι πραγματικότητα ότι το έντονο στρες επηρεάζει άμεσα τόσο τις σχέσεις του φαρμακοποιού με τους συνεργάτες του όσο και τις σχέσεις του με τους πελάτες και τελικά είναι η «πραγματική» αιτία καθημερινών προβλημάτων.

■ Από τον κ. **ΘΑΝΟ ΧΑΤΖΗΓΑΛΑΝΗ**, εμπορικό διευθυντή της ADVANCE PHARMACIES SA



**Ι**σως αναρωτιέστε πώς είναι δυνατό να πραγματευτεί κάποιος το εργασιακό στρες χωρίς να έχει σχετικές ακαδημαϊκές γνώσεις. Από ιατρικής πλευράς σίγουρα υπάρχουν πιο ειδικό, ενώ από πλευράς ψυχολόγων το συγκεκριμένο θέμα είναι ένα από τα αγαπημένα τους.

Αποφάσισα, όμως να αναφερθώ σε αυτό το θέμα και να μοιραστώ μαζί σας τις σκέψεις μου, όταν συνειδητοποίησα λόγω της εργασίας μου ότι μεγάλη μερίδα φαρμακοποιών διακατέχονται από έντονο εργασιακό στρες, αλλιώς είτε το υποτιμούν, είτε το δέχονται ως δεδομένο, χωρίς να κάνουν κάτι για να το αντιμετωπίσουν.

### Οι πηγές άγχους για το φαρμακοποιό

As δούμε λοιπόν ποιες είναι οι κυριότερες αιτίες που δημιουργούν εργασιακό στρες στο φαρμακοποιό:

Πρώτη και κυριότερη αιτία είναι ο υπερβολικός όγκος δουλειάς. Δουλεύει το λιγότερο 9 ώρες την ημέρα στον πάγκο, ενώ κάποιες φορές αναγκάζεται να δουλεύει και εκτός ωραρίου, προκειμένου να ολοκληρώσει εργασίες, όπως παραγγελίες, συνταγές, τράπεζες ή επαφές με αντιπροσώπους, φτάνοντας τις 12 και 13 ώρες ημερησίως.

Ακόμα μια αιτία στρες η προσπάθεια κάλυψης οικονομικών υποχρεώσεων και δεσμεύσεων που έχει αναλάβει (επιταγές) και που πολλές φορές εντείνεται λόγω κακού προγραμματισμού αλλιώς και λόγω καθυστέρησης των ταμείων για πληρωμές συνταγών.

Αιτία στρες επίσης αποτελεί η έντονη πίεση που δέχεται καθημερινά από πελάτες που ζητούν συγκεκριμένες συμβουλές ή έχουν συγκεκριμένα αιτήματα και καλείται όχι μόνο να επιμεληθεί, αλλιώς και να τα επιλύσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, έτσι ώστε να ευχαριστήσει τον πελάτη.

Στις παραπάνω αιτίες πρέπει να συμπεριλάβουμε και τις αιτίες καθημερινού στρες που προέρχονται από προσωπικά και οικογενειακά θέματα, οι οποίες σίγουρα δρουν προσθετικά.

### Πώς μπορεί ο φαρμακοποιός να αναγνωρίσει ότι διακατέχεται από έντονο στρες;

Τα συμπτώματα ενός ατόμου που διακατέχετε με στρες είναι κυρίως:

- α) Σωματικά συμπτώματα, όπως πονοκέφαλος, ημικρανία, κούραση, μυϊκοί πόνοι.
- β) Συμπτώματα συμπεριφοράς, όπως αϋπνία, ανάγκη για περισσότερη νικοτίνη, διαταραχές στην όρεξη, προβλήματα στο σεξ.
- γ) Συναισθηματικά συμπτώματα, όπως ευερεθιστότητα, απαισιοδοξία, απογοήτευση, αρνητισμός, αίσθημα υπερκόπωσης.

Το έντονο στρες του φαρμακοποιού έχει αντίκτυπο και στο χώρο του φαρμακείου:

- Δυσκολία στη συγκέντρωση, συχνά λάθη.
- Διαπληκτισμοί με το προσωπικό και πιθανόν ακόμα και με τους πελάτες!
- Διαμόρφωση κλίματος εργασίας που δημιουργεί αβεβαιότητα, «ηλεκτρισμένη» ατμόσφαιρα και έλλειψη πρωτοβουλίας.
- Δημιουργία περιβάλλοντος πίεσης στο προσωπικό για αύξηση στις πωλήσεις, που φυσικό είναι ότι μεταδίδεται στον πελάτη και που τελικά όχι μόνο έχει το αντίθετο αποτέλεσμα, αλλιώς μειώνει και το ποιοτικό κομμάτι της πώλησης που αφορά στη συμβουλή.
- Συχνές αλλαγές προσωπικού (κατηγορίες ανικανότητας).
- Λάθος παραγγελίες και τελικά προστριβές με τους προμηθευτές.

## 3 αποτελεσματικά βήματα για να μειώσετε το εργασιακό στρες

Οι περισσότεροι ειδικοί αναφέρουν ότι η μείωση του εργασιακού στρες γίνεται με τρεις 3 τρόπους:

### 1 Οργανώστε το χρόνο σας και θέστε προτεραιότητες στην εργασία σας

Δηλαδή:

- Μοιράστε αρμοδιότητες στους υπαλλήλους σας. Μην νομίζετε ότι μπορείτε να τα κάνετε όλα και πάνω από όλα μην είστε συγκεντρωτικός. Προβείτε σε καθορισμό θέσεων εργασίας και ανάθεσης αρμοδιοτήτων καθώς και στη θέσπιση διαδικασιών. Όχι μόνο θα βελτιώσετε την απόδοση του φαρμακείου σας αλλιώς και θα δημιουργήσετε σχέσεις συνεργασίας με τους υπαλλήλους σας.
- Καταγράψτε τις καθημερινές σας εκκρεμότητες. Μετά την καταγραφή, ιεραρχήστε αυτές σύμφωνα με την σημαντικότητα τους. Τελειώστε πρώτα αυτές που είναι ιδιαίτερα σημαντικές. Αν κάποια από αυτές είναι ιδιαίτερα δυσάρεστη ή δύσκολη, επιλέξτε να ξεκινήσετε από αυτή.
- Προγραμματίστε με προσοχή τις οικονομικές σας υποχρεώσεις. Κρατάτε πάντα cash flow και ανάλογα με αυτό διαχειριστείτε το χρόνο των πληρωμών.
- Κάντε τακτικά διαλείμματα μακριά από τον πάγκο, ώστε

να «καθαρίζεις» λίγο το μυαλό σας.

• Πάνω από όλα όμως πρέπει να συνειδητοποιήσετε ότι δεν υπάρχει μόνο η δουλειά. Στο καθημερινό σας πρόγραμμα πρώτο ρόλο πρέπει να παίζει η οικογένεια και η προσωπική ζωή.

## 2 Αναπτύξτε συναισθηματική νοημοσύνη

Δηλαδή:

• Μάθετε να αναγνωρίζετε πότε ενεργείτε κάτω από στρες και προσπαθήστε να ανακαλύψετε πράγματα ή σκέψεις που σας ηρεμούν ή σας δημιουργούν ευχάριστα συναισθήματα γρήγορα (π.χ. μια οικογενειακή φωτογραφία).

• Ελέγξτε όχι μόνο αυτά που έχετε αλλά και τον τρόπο που τα έχετε. Αναπτύξτε και γνωρίστε τη γλώσσα του σώματος. Πολλές φορές δεν έχει σημασία τι λέγεται αλλά το πώς λέγεται και αυτό είναι τελικά που επηρεάζει τόσο τη σχέση σας με τους πελάτες όσο και με τους υπαλλήλους.

• Μάθετε να διατηρείτε το χιούμορ σας ακόμα και κάτω από πίεση. Το γέλιο αποτελεί καταλυτικό παράγοντα στη μείωση του στρες.

• Αναπτύξτε επικοινωνιακές τεχνικές. Αρχίστε με την πιο απλή. Γίνετε καλός ακροατής. Πάψτε για λίγο να μιλάτε ή να βιάζεστε και ακούστε με προσοχή το συνομιλητή σας, είτε θέλει να σας πει κάτι σημαντικό, είτε θέλει να σας πει κάτι που μπορεί να μην σας ενδιαφέρει. Η επικοινωνία ιδιαίτερα στο χώρο του φαρμακείου είναι σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης σχέσεων πιστότητας φαρμακοποιού - πελάτη.

## 3 Προσέχετε καλύτερα τον ίδιο σας τον εαυτό

Δηλαδή:

• Να κοιμόσαστε ικανοποιητικές ώρες.

• Να τρώτε συχνά μικρά γεύματα κατά τη διάρκεια της ημέρας διατηρώντας και τα επίπεδα σακχάρου σε ικανοποιητικά επίπεδα (χαμηλό σάκχαρο σας κάνει νευρικούς και ευερέθιστους).

• Ξεκινήστε γυμναστική! Με τη γυμναστική χαλαρώνετε, ενώ ταυτόχρονα αποβάλλονται τοξίνες που η σταδιακή τους συσσώρευση μπορεί να οδηγήσει σε προβλήματα υγείας.

• Ελαττώστε το τσιγάρο.

Στο χώρο του φαρμακείου όμως, ο φαρμακοποιός είναι ταυτόχρονα και manager. Έτσι, εξίσου σημαντική με τη διαχείριση του δικού του στρες είναι και η διαμόρφωση ενός αποφορτισμένου εργασιακού κλίματος, που θα ελέγχει το στρες της ομάδας σε χαμηλά επίπεδα.

### Αυτό μπορεί να επιτευχθεί:

**Με ανάπτυξη εσωτερικής επικοινωνίας.**

Δηλαδή:



*Πρώτη και κυριότερη αιτία στρες για το φαρμακοποιό είναι ο υπερβολικός όγκος δουλειάς. Δουλεύει το λιγότερο 9 ώρες στον πάγκο, ενώ προκειμένου να ολοκληρώσει τις εργασίες του, φτάνει τις 12 και 13 ώρες ημερησίως.*



• Τακτικές συναντήσεις προκειμένου να τους ενημερώνετε για την πορεία και τους επόμενους στόχους της επιχείρησης.

• Σαφής ανάθεση αρμοδιοτήτων και να παρακολουθήση μαζί με τον εργαζόμενο την διεκπεραίωση αυτών.

• Να επικοινωνείτε αποτελεσματικά διατηρώντας κλίμα φιλικό, αντί να προβαίνετε σε αυταρχικούς μονολόγους. Να δίνετε την ευκαιρία στους εργαζόμενους να αναπτύξουν πρωτοβουλίες και να μοιραστούν μαζί σας τις ιδέες και τις προτάσεις τους.

### Συμβουλευτική καθοδήγηση των υπαλλήλων

Δηλαδή:

• Να κάνετε μαζί τους προγραμματισμό εργασιών, ώστε να τους μειώνεται το άγχος.

• Να τους αναθέτετε εργασίες κατάλληλες για τις ικανότητες και το διαθέσιμο χρόνο του κάθε υπαλλήλου, ώστε να αποφεύγετε «υπερφόρτωση» ορισμένων από αυτούς.

• Να δείχνετε ότι και η παραμικρή εργασία στο φαρμακείο αναγνωρίζεται κάνοντάς τους να νιώθουν σημαντικοί.

• Να τους δίνετε ευκαιρίες εκπαίδευσης και ανάπτυξης προσωπικών ικανοτήτων.

### Ανάπτυξη συστήματος αμοιβών και bonus, το οποίο:

• Θα ανταμείβει τόσο το αποτέλεσμα όσο και την προσπάθεια.

• Θα ανταμείβει τη θέλησή τους για εκπαίδευση αλλά και την ανάπτυξη πρωτοβουλιών.

• Θα στηρίζει εκείνους που φροντίζουν να οργανώνουν κατάλληλα τη δουλειά τους, ώστε και να υπάρχει αποτελεσματικότητα αλλά και να μειώνεται η καθημερινή πίεση.

Κλείνοντας, θα ήθελα να τονίσω ότι τα παραπάνω αποτελούν υλικό συμβουλής και στήριξης και σε καμία περίπτωση δεν είναι επαγγελματική ή ιατρική συμβουλή. ■

### ΠΡΟΦΙΛ

**Ο Θάνος Χατζηγαλιάνης έχει σπουδάσει στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, ενώ είναι κάτοχος Diploma in Management Studies καθώς και MBA με κατεύθυνση το Marketing από το Kingston University. Δραστηριοποιείται στο χώρο του φαρμακείου 11 χρόνια δουλεύοντας σε πολλαεθνικές εταιρείες, ενώ τα τελευταία 7 χρόνια βρίσκεται στην ADVANCE PHARMACIES SA ως Εμπορικός Διευθυντής και Υπεύθυνος του τμήματος Συμβούλων.**



# Ο ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ πρωταγωνιστής!



Φαρμακευτικό Συνέδριο-Έκθεση  
**27-28 Μαρτίου 2010**  
HELEXPO PALACE

[www.hellaspharm.gr](http://www.hellaspharm.gr)

Συνδιοργάνωση: Φαρμακευτικοί Σύλλογοι Πειραιά & Αττικής

# ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

## Πώς να τη χειριστούμε αποτελεσματικά στο ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ

Για να ξεκινήσει καλά η καινούργια χρονιά 2010, που δεν ανακοινώνεται ευοίωνα, ο φαρμακοποιός καλείται να κάνει κινήσεις τακτικού και στρατηγικού χαρακτήρα.

■ Από την **PANIA ΛΕΧΟΥ**, φαρμακοποιό, Διευθύντρια Τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών και Εκπαίδευσης της Pierre Fabre Ελλάς ΑΕ



Οι αλλαγές που εξελίσσονται τον τελευταίο καιρό είναι τόσο οικονομικές (εξέλιξη των συνηθειών των ασθενών/καταναλωτών, μείωση της αγοραστικής τους ικανότητας, όξυνση των φαινομένων ανταγωνισμού, πτώση τιμών, πτώση απόδοσης) όσο και επαγγελματικές (άρση του μονοπωλίου, συζήτηση ως προς το άνοιγμα του επαγγέλματος).

Είναι γεγονός πως το φαρμακείο σήμερα αλληλάζει ταυτότητα. Οι φαρμακοποιοί που θέλουν να εξελιχθούν και να εξελίξουν τον κλάδο τους, αντιλαμβάνονται έντονα τόσο τις εκκολλητόμενες αλλαγές και τις εξελίξεις που συμβαίνουν στον ιατροφαρμακευτικό τομέα, όσο και την αλλαγή στάσης ζωής και αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών.

Στα πρόθυρα αυτών των αλλαγών, οι φαρμακοποιοί πρέπει να πάρουν την τύχη στα χέρια τους, να κάνουν έξυπνες επιλογές και να επιταχύνουν τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

**Πώς να χειριστούμε λοιπόν αποτελεσματικά τις δυσκολίες του 2010;**

Θα πρέπει να γίνει μια γενικότερη αναθεώρηση του τρόπου λειτουργίας

του φαρμακείου σήμερα, να προσδιορίσουμε τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του, να εντοπίσουμε τις απειλές καθώς και τις ευκαιρίες για ανάπτυξη που ενδεχομένως υπάρχουν.

Το φαρμακείο του σήμερα, παύει να αποτελεί έναν παραδοσιακό χώρο υποδοχής ασθενών και μετατρέπεται σε ένα σύγχρονο κέντρο Υγείας, Ευεξίας και Ομορφιάς.

Η νέα αυτή ταυτότητα θα πρέπει να διαφαίνεται μέσα από το σύγχρονο εξοπλισμό, το σωστό φωτισμό, την εμπορική αρχιτεκτονική του χώρου, την ποικιλία των προϊόντων, την ποιότητα των υπηρεσιών και το επίπεδο κατάρτισης και συμπεριφοράς της ομάδας.

### 3 επομένως είναι οι τομείς τους οποίους θα χρειαστεί να επανεξετάσουμε αναλυτικά:

#### 1. Ο χώρος του φαρμακείου

#### 2. Η εμπορική πολιτική / οι υπηρεσίες

#### 3. Το ανθρώπινο δυναμικό

**1 Ο χώρος του φαρμακείου** επηρεάζει όλο και περισσότερο την προσέλευση των πελατών καθώς και την αγοραστική τους συμπεριφορά.

Παρόλο που οι δυσώδωνες οικονομικές προβλέψεις για το 2010 δεν αφήνουν περιθώρια για μεγάλες επενδύσεις, μια αναδιαμόρφωση του χώρου με γνώμονα τις σύγχρονες απαιτήσεις του merchandising, αποτελεί μια από τις ασφαλέστερες και αποδοτικότερες επενδύσεις στο φαρμακείο.

Δεν αρκεί όμως μια απλή ανανέωση των επίπλων για να έχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα! Μια επιτυχημένη ανακαίνιση επιβάλλει ο κατασκευαστής να κατέχει καλά τις ιδιαιτερότητες του κλάδου, τα χαρακτηριστικά της πελατείας του συγκεκριμένου φαρμακείου, να λάβει έξυπνα υπόψη τους περιορισμούς του χώρου και τέλος την προσωπικότητα του ίδιου του φαρμακοποιού.

**2 Η εμπορική πολιτική και οι υπηρεσίες.** Από τη στιγμή που ο χώρος προσαρμοστεί στις πραγματικές ανάγκες του φαρμακείου, του φαρμακοποιού και των πελατών του, θα πρέπει να φιλοξενεί με βέλτιστο τρόπο τα προϊόντα, αφού προηγουμένως επανεξεταστούν τόσο η ποικιλία, όσο και το μέγεθος των αποθεμάτων (υπολογισμός απόδοσης μαρκών και κατηγοριών).

Για να κτίσουμε πιστή πελατεία σε μια δύσκολη εποχή, καθοριστικό ρόλο θα παίξει η εμπορική πολιτική που θα χαράξει το φαρμακείο (εκπτώσεις σε αναγνωρίσιμα προϊόντα με υψηλή κυκλοφοριακή ταχύτητα, εξειδίκευση σε ορισμένους τομείς). Ο φαρμακοποιός θα πρέπει επίσης να δώσει έμφαση στις υπηρεσίες του φαρμακείου: Σωστές και ολοκληρωμένες συμβουλές, ευαισθητοποίηση και συστηματική ενημέρωση σε βασικά θέματα υγείας, δωρεάν χρήση διαγνωστικών μέσων.

**3 Ο ανθρώπινος παράγοντας** παίζει πρωταρχικό ρόλο τόσο στην ποιότητα των συμβουλών που προσφέρει το φαρμακείο, όσο και στην εμπορικότητα της επιχείρησης.

Είναι σημαντικό να επανεξετάσουμε τον αριθμό των συνεργατών του φαρμακείου, έτσι ώστε να βελτιστοποιήσουμε την παραγωγικότητα.

Ιδανικά ένας υπάλληλος (εκτός από τον φαρμακοποιό) αντιστοιχεί με 250.000 τζίρο ετησίως. Αν οι αριθμοί δεν συμβαδίζουν, μπορούμε να μην ανανεώσουμε μια σύμβαση ή να μη προβούμε σε νέα πρόσληψη

έπειτα από μια παραίτηση. Αντίθετα, αν ο τζίρος μας είναι μεγαλύτερος ή έχει σημαντικές και άμεσες προοπτικές αύξησης, θα πρέπει απαραίτητα να προσλάβουμε έναν ακόμη υπάλληλο, με πλήρη ή και μερική απασχόληση, για να αναλάβει εργασίες που μας «τρώνε» χρόνο ή δυσκολεύουν τη σωστή εξυπηρέτηση πελατών.

As μην ξεχνάμε βέβαια ότι το προσωπικό του φαρμακείου χρειάζεται συνεχή κινητοποίηση έτσι ώστε να παραμένει σταθερό και αφοσιωμένο στον εργασιακό του χώρο.

Η κινητοποίηση αυτή περνά μέσα από τη δημιουργία αισθήματος ασφάλειας στον εργασιακό χώρο, τα χρηματικά bonus σε ιδιαίτερες περιπτώσεις, την προαγωγή και την εκπαίδευση.

### Μειώνοντας τις ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης

Πέρα όμως από τις αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας του φαρμακείου με τελικό στόχο την εξέλιξη της επιχείρησης και την αύξηση των εσόδων, είναι απαραίτητο λόγω περιστάσεων ο φαρμακοποιός να ορίσει μια συγκεκριμένη οικονομική πολιτική μέσα στο πλαίσιο της οποίας θα κινείται καθημερινά, έτσι ώστε να μειώσει τις ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης. Πώς το πετυχαίνει αυτό;

- Κάνοντας σωστή διαχείριση του στοκ (υπολογισμός απόδοσης μαρκών και κατηγοριών μέσα στο φαρμακείο) χρησιμοποιώντας έξυπνα τα εργαλεία μιας μηχανοργάνωσης,
- Μειώνοντας τις σταθερές δαπάνες (ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ),
- Αφιερώνοντας μια ώρα την εβδομάδα στο να επενθυμίζει στους κατοικήσιμους πελάτες τις οφειλές τους (αύξηση ρευστότητας),
- Επιλέγοντας τους κατάλληλους προμηθευτές, ώστε να αυξήσει τη διαπραγματευτική του δύναμη.

Οι κινήσεις αυτές απαιτούν οργάνωση, υπομονή και επιμονή. Ο φαρμακοποιός δεν είναι μόνος σε αυτό τον αγώνα.

Μπορεί να ανατρέξει σε παραδοσιακούς συμμάχους του με εμπειρία και τεχνογνωσία στον φαρμακευτικό κλάδο, ώστε να δράσει αποτελεσματικά στους παραπάνω τομείς.

Μπορεί επίσης να έρθει πιο κοντά με συναδέλφους καθώς και με τους Συλλόγους, έτσι ώστε να υπάρξουν ανταλλαγές απόψεων και γνώσεων και να αναπτυχθούν συνέργιες.

Δεν υπάρχει χρόνος για χάσιμο, χρειάζεται άμεση δράση αν θέλουμε να δικαιωθούμε ως επιχειρηματίες φαρμακοποιό και να βγούμε αλώβητοι από τις οικονομικές και επαγγελματικές δυσκολίες του 2010. ■

#### ΠΡΟΦΙΛ

**Η κ. Ράνια Λέχου έχει Δίπλωμα Διδάκτορα Φαρμακευτικής από τη Φαρμακευτική Σχολή Ιουλίου Βερν στην Αμιένη Γαλλίας (1999) και Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Μοριακής Βιολογίας από την ίδια σχολή.**

**Εργάστηκε σαν Κλινικός Φαρμακοποιός στο Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο της Αμιένης Γαλλίας (Hôpital Nord d'Amiens) και το 2000 ανέλαβε Υπεύθυνη Φαρμακοποιός σε φαρμακείο στην Πεύκη. Το 2003 αναλαμβάνει Υπεύθυνη Τμήματος Carla (Τμήμα Εκπαίδευσης) στην Pierre Fabre ΕΛΛΑΣ ΑΕ και σήμερα είναι Διευθύντρια Τμήματος Εξειδικευμένων Υπηρεσιών και Εκπαίδευσης στην ίδια εταιρεία.**

# ...τώρα και ο ΦΠΑ με δόσεις...

■ Από τον **ΓΙΑΝΝΗ ΚΟΥΣΑΝΤΑΚΗ**, φοροτεχνικό



**Α**πό 20/10/2009 με την Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου (Φ.Ε.Κ. 181 Α' 16/09/2009) δίνεται η δυνατότητα σε επιχειρήσεις και ελεύθερους επαγγελματίες που είναι υποκείμενοι στο φόρο (δηλαδή έχουν υποχρέωση στην υποβολή περιοδικών και εκκαθαριστικών δηλώσεων ΦΠΑ) που τηρούν βιβλία Α, Β ή Γ κατηγορίας να καταβάλουν τμηματικά την υποχρέωσή τους αυτή.

Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε με τον πλέον κατανοητό τρόπο τη διαδικασία η οποία πρέπει να

ακολουθηθεί, δηλαδή τον υπολογισμό του φόρου και των προσαυξήσεων καθώς επίσης και τι πρέπει να προσέξει κάθε φορολογούμενος, φυσικό ή νομικό πρόσωπο που κάνει χρήση του μέτρου αυτού.

## ΠΟΙΕΣ ΔΗΛΩΣΕΙΣ ΑΦΟΡΑ ΤΟ ΜΕΤΡΟ

Το μέτρο της τμηματικής καταβολής του ΦΠΑ αφορά δηλώσεις αρχικές είτε αυτές είναι εμπρόθεσμες είτε εκπρόθεσμες, των οποίων η προθεσμία υποβολής λήγει από 20-10-2009 και μετά. Δηλαδή για τους υποκείμενους με βιβλία Α ή Β κατηγορίας του ΚΒΣ (υποβολή δήλωσης ανά τρίμηνο) για τη φορολογική περίοδο Ιουλίου – Σεπτεμβρίου 2009 και εφεξής και για τους τηρούντες Γ κατηγορίας βιβλία του ΚΒΣ (υποβολή

δήλωση ανά μήνα) για τη φορολογική περίοδο Σεπτεμβρίου 2009 και εφεξής και για όσο διάστημα θα είναι σε ισχύ το μέτρο αυτό.

Γίνεται σαφές ότι για προγενέστερες φορολογικές περιόδους για έκτακτες, πιστωτικές – μηδενικές καθώς επίσης και εμπρόθεσμες ή εκπρόθεσμες τροποποιητικές, το μέτρο αυτό δεν ισχύει.

### ΠΩΣ ΥΠΟΛΟΓΙΖΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΟΣΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

Η επιχείρηση ή ο ελεύθερος επαγγελματίας που θα κάνει χρήση του μέτρου πρέπει να καταβάλει τουλάχιστον το 30% του κύριου και τυχόν πρόσθετου φόρου, άμεσα με την υποβολή της δήλωσης και το υπόλοιπο σε δύο δόσεις.

#### Παράδειγμα

As υποθέσουμε ότι η ημερομηνία υποβολής της δήλωσης είναι 20.01.2010 ή 26.01.2010 μέσω internet και προκύπτει φόρος για καταβολή 3.156,33 €.

Ο φορολογούμενος έχει υποχρέωση να καταβάλει τουλάχιστον το 30% των 3.156,33 €, δηλαδή το ποσό των 946,90 €.

Υπάρχει η δυνατότητα της καταβολής μεγαλύτερου ποσού από το ελάχιστο των 946,90 €.

Με την καταβολή των 946,90 € ο φορολογούμενος υπάγεται στις διατάξεις της ρύθμισης και οφείλει να καταβάλει το υπόλοιπο στο μέλλον σε δύο δόσεις όπως θα αναλύσουμε πιο κάτω.

Συνολικός οφειλόμενος φόρος: 3.156,33 €

Μείον άμεση καταβολή τουλάχιστον 30%: 946,90 €

Υπόλοιπο οφειλόμενου φόρου: 2.209,43 €

Πλέον προσαύξηση:  $2.209,43 \times 1\% = 22,09 \text{ €}$

Συνολικό ποσό οφειλής: 2.231,52 €

Στη συνέχεια ο φορολογούμενος υποχρεούται μέχρι το τέλος του επόμενου μήνα, στο παράδειγμα μας 28/02/2010 να καταβάλει την πρώτη δόση, ποσό ίσο με 1.115,76 € (το 1/2 του 2.231,52) και μέχρι το τέλος του μεθεπόμενου μήνα, στο παράδειγμά μας μέχρι 31/03/2010, τη δεύτερη δόση, το υπόλοιπο των 1.115,76 €.

Στην περίπτωση που η δήλωση κατατεθεί εκπρόθεσμα (μετά την 20.01.2010 ή την 26.01.2010 υποβολή με internet) θα επιβαρυνθεί με πρόσθετο φόρο λόγω εκπρόθεσμου (Ν. 2523/1997) 1,5% για κάθε μήνα καθυστέρησης.

### ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΜΗΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΒΟΛΗΣ ΦΠΑ

Ο φορολογούμενος που επιθυμεί να υπαχθεί στη ρύθμιση αυτή πρέπει να καταθέσει την περιοδική δήλωση χειρόγραφα στη ΔΟΥ που ανήκει, καταβάλλοντας το 1/3 του ποσού ή μέσω internet δίνοντας εντολή μέσω τράπεζας για πληρωμή τουλάχιστον του 30% του οφειλόμενου φόρου. Μεγάλη προσοχή πρέπει να δοθεί στο ποσό της εντολής, ώστε να μην υπάρξει διαφορά έστω λίγων λεπτών και η δήλωση απορριφθεί από το σύστημα αυτόματα. Στην περίπτωση αυτή, η απόρριψη του αιτήματος πληρωμής ίσως βγει από την τράπεζα μετά την 26η του μηνός, καταληκτική ημερομηνία για περιοδικές δηλώσεις μέσω internet ανεξαρτήτως ΑΦΜ.

Αυτό σημαίνει ότι δεν έχει καταβληθεί ταυτόχρονα με την περιοδική δήλωση τουλάχιστον το 30% του οφειλόμενου ποσού και η περιοδική δήλωση αυτή θεωρείται ως μη υποβληθείσα και δεν μπορεί να υπαχθεί στις διατάξεις της ρύθμισης.

Οι επόμενες δύο δόσεις της ρύθμισης υποχρεωτικά θα καταβάλλονται στις αρμόδιες ΔΟΥ των φορολογούμενων.

### ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΥΡΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΡΥΘΜΙΣΗΣ

Οι επιχειρήσεις ή οι ελεύθεροι επαγγελματίες που έχουν κάνει χρήση των διατάξεων της παρούσας ρύθμισης υποχρεούνται να πληρώσουν στις προβλεπόμενες ημερομηνίες τις δύο δόσεις της ρύθμισης.

Σημαντικό είναι ότι η μη πληρωμή της πρώτης βεβαιωμένης δόσης δεν εμποδίζει την χορήγηση αποδεικτικού ενημερότητας στο φορολογούμενο.

Επιπλέον, η μη πληρωμή της πρώτης βεβαιωμένης δόσης μέχρι το τέλος του επόμενου μήνα από το μήνα της λήξης υποβολής της δήλωσης δεν συνεπάγεται προσαύξηση εκπρόθεσμου καταβολής. Η προσαύξηση αυτή 2% ανά μήνα καθυστέρησης επιβαρύνει το σύνολο του υπολοίπου προς είσπραξη ποσού μετά την ημερομηνία λήξης και της δεύτερης βεβαιωμένης δόσης.

Σύμφωνα με την ΠΟΛ. 1133/2009 «περαιτέρω, στην περίπτωση που ο υποκείμενος έχει κάνει χρήση της παραπάνω δυνατότητας, έστω και μια φορά και αποδειχθεί μετά από έλεγχο ότι, αυτή η περιοδική δήλωση ή οποιαδήποτε περιοδική δήλωση επομένων φορολογικών περιόδων, ήταν ανακριβής ή αποδειχθεί ότι για κάποια φορολογική περίοδο δεν υπέβαλε περιοδική δήλωση ενώ αυτή ήταν χρεωστική, θα του επιβληθεί πρόστιμο ίσο με το τριπλάσιο της διαφοράς του φόρου που οφείλει και όχι πρόσθετος φόρος ανακρίβειας ή μη δήλωσης που προβλέπεται από τις διατάξεις του Ν.2523/1997. Για το τριπλάσιο πρόστιμο αυτό δεν έχουν εφαρμογή οι διατάξεις για τη διοικητική επίλυση της διαφοράς, δηλαδή δεν μπορεί να γίνει συμβιβασμός. Αυτονόητο είναι ότι σε κάθε περίπτωση θα καταλογιστεί και η διαφορά του φόρου που οφείλεται (δηλαδή θα καταβληθεί η διαφορά του φόρου που οφείλεται και επιπλέον πρόστιμο ίσο με το τριπλάσιο της διαφοράς).

Διευκρινίζεται ότι στην περίπτωση που υποβληθεί εκπρόθεσμα δήλωση με χρήση της παραπάνω δυνατότητας, το πρόστιμο της προηγούμενης παραγράφου επιβάλλεται από τη φορολογική περίοδο που αφορά η εν λόγω δήλωση και σε όλες τις επόμενες από αυτή, εφόσον συντρέχουν οι παραπάνω προϋποθέσεις (ανακρίβειας ή μη δήλωσης)». Το παραπάνω μέτρο πιστεύουμε ότι βοηθάει την ταμειακή διευκόλυνση των επιχειρήσεων αλλά απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή διότι το κόστος και το ρίσκο που αναλαμβάνεται σε πολλές περιπτώσεις μπορεί είναι πολλαπλάσιο του οφέλους. ■

Τηλέφωνα επικοινωνίας  
210 9327034  
6974388284



# Εστιάστε τις επενδύσεις σας μακροπρόθεσμα

■ Από το [www.GreekShares.com](http://www.GreekShares.com)

**Η** μακροπρόθεσμη επένδυση ή αλλιώς «στρατηγική αγοράσε και κράτα» δεν έχει να κάνει με προαίσθηση, συναισθήματα, συμβουλές, συγχρονισμό με την αγορά ή δημιουργία γρήγορου κέρδους. Έχει να κάνει με τη χρήση δοκιμασμένων μακροπρόθεσμων στρατηγικών για τη συσσώρευση πλούτου με την πάροδο του χρόνου!

Ένα μεγάλο μέρος του ημερήσιου όγκου συναλλαγών οφείλεται στους διαπραγματευτές που ελπίζουν να αποκομίσουν ένα μικρό όφελος εκμεταλλευόμενοι μικροδιαφορές στην τιμολόγηση των χρεογράφων ή που είναι σε θέση να αγοράσουν μια μετοχή αμέσως μόλις εκδοθεί μια ευνοϊκή έκθεση αναλυτών και ελπίζουν να κερδίσουν πριν από την αναπόφευκτη αλματώδη άνοδο. Η άμεση πρόσβαση που έχουν οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί σε πληροφορίες, τους προσφέρει ένα τεράστιο πλεονέκτημα έναντι του απλού επενδυτή, όταν πρόκειται για βραχυπρόθεσμες επενδύσεις.

## Προκύπτει λοιπόν εύλογα το ερώτημα: Πώς μπορεί να τους συναγωνιστεί ένας μικρός επενδυτής;

Οι περισσότεροι δεν διαθέτουν το χρόνο που απαιτείται για να παρακολουθούν συνεχώς την αγορά και να μπορούν να αντιδράσουν άμεσα στις μεταβολές της αγοράς. Οι αναλυτές χρησιμοποιούν τους υπολογιστές τους για να απεικονίσουν γραφικά την τιμή και τον όγκο μιας μετοχής για μια χρονική περίοδο, σε μια προσπάθεια να ανακαλύψουν κάποια μοντέλα που υποδεικνύουν πότε πρέπει να αγοράσουν και πότε να πουλήσουν μια μετοχή.

Μερικές φορές όμως, φαίνεται ότι η ερμηνεία αυτών των γραφημάτων είναι περισσότερο τέχνη παρά επιστήμη και μερικές φορές τα μοντέλα είναι ευκολότερα διακριτά εκ των υστέρων και όχι σε πραγματικό χρόνο. Ιδιαίτερη προσπάθεια απαιτείται, επίσης, για να ξέρετε πότε τα σήματα είναι σωστά για να πουλήσετε μια μετοχή.

## Ορισμένοι επενδυτές βασίζονται σε συμβουλές ή αγοράζουν και πωλούν με βάση μόνο τη διαίσθησή τους. Συνήθως, αυτός είναι ένας από τους γρηγορότερους τρόπους για να χάσει κάποιος στην αγορά.

Ο μέσος επενδυτής δεν έχει την πολυτέλεια να αφιερώνει ολόκληρες ώρες κάθε μέρα, για να παρακολουθήσει την αγορά. Ευτυχώς, έχει εναλλακτική επιλογή. Ξοδεύοντας μόνο μερικές ώρες το μήνα, οι επενδυτές μπορούν να διαμορφώσουν ένα επιτυχημένο χαρτοφυλάκιο μετοχών, που θα αντέξει μακροπρόθεσμα και θα αποφέρει άριστα αποτελέσματα.

Άλλωστε, μέσα στην ιστορία του σύγχρονου χρηματιστηρίου, μια τάση διαφαίνεται ξεκάθαρα: Η συνοδική αγορά αναπτύσσεται συνεχώς! Οι περίοδοι κάμψης ήταν σχετικά ασθενείς και σύντομες, συγκριτικά με την τάση της αγοράς να αναπτύσσεται χρόνο με το χρόνο. Τα στατιστικά στοιχεία έχουν δείξει ότι ακόμα και αν επενδύσετε στο μέγιστο σημείο της αγοράς κάθε χρόνο, θα έχετε μια αξιοπρεπή απόδοση της επένδυσής σας, πολύ υψηλότερη από σχεδόν κάθε άλλο είδος χρηματοοικονομικού στοιχείου. Γι' αυτό οι περισσότεροι ιδιώτες επενδυτές πρέπει να εστιάζουν στη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη

και να επικεντρώνονται στη χρηματοοικονομική ανάλυση κατά τη διαμόρφωση ενός χαρτοφυλακίου μετοχών. Η χρηματοοικονομική ανάλυση δεν είναι τίποτα περισσότερο από την αγορά «καυτών» εταιρειών αντί «καυτών» μετοχών. Χρησιμοποιώντας τη χρηματοοικονομική ανάλυση και έχοντας μια μακροπρόθεσμη προοπτική, ο καθένας μπορεί να διαμορφώσει ένα διαφοροποιημένο και ισορροπημένο χαρτοφυλάκιο, αποτελούμενο από μετοχές ποιοτικών εταιρειών. Αφού επιλεγούν, αυτές οι μετοχές μπορούν να διατηρηθούν για χρόνια και οποιαδήποτε κάμψη στην αγορά θα μπορούσε να υποδείξει μια ευκαιρία πώλησης. Η συντήρηση ενός τέτοιου χαρτοφυλακίου απαιτεί τη διάθεση μόνο λίγων ωρών το μήνα.

## Μπορούν να διαπιστωθούν συγκεκριμένες οδηγίες για επενδυτές μακροπρόθεσμης ανάπτυξης, όπως οι ακόλουθες:

Αγοράστε μετοχές εταιρειών που έχουν αποδεδειγμένα καλή και ισχυρή ανάπτυξη.

Μην αγοράζετε μετοχές θεωρίας, αλλά επιλέξτε ποιοτικές μετοχές και φροντίστε το χαρτοφυλάκιο σας να είναι πάντα διαφοροποιημένο.

Συνεχίστε να επενδύετε τακτικά και μην επιδιώκετε το γρήγορο κέρδος. Το αργό κέρδος έχει ακριβώς την ίδια αξία!

Επενδύστε με μια μακροπρόθεσμη προοπτική και επανεπενδύστε τα μερίσματα που εισπράττετε.

Μη βασίζεστε σε συμβουλές, κάντε αυτό που πρέπει να κάνετε και εξετάστε τα γεγονότα προτού αγοράσετε μια μετοχή!

## Γενική συμβουλή, πάνω από όλα, επενδύετε, μην κερδοσκοπείτε και μην προσπαθείτε να συναγωνιστείτε τους επαγγελματίες!



[www.GreekShares.com](http://www.GreekShares.com)

ΕΓΓΥΗΤΕΡΗ ΔΑΝΕΙΑ



Για Επαγγελματική Στέγη, Κεφάλαιο Κίνησης, Επαγγελματικό Εξοπλισμό...



# Είμαστε δίπλα σας.

Η ΜΑΡΦΙΝ ΕΓΝΑΤΙΑ ΒΑΝΚΙ είναι στην πρώτη γραμμή για να βοηθήσει τις Μικρές Επιχειρήσεις ενισχύοντας τα επαγγελματικά τους σχέδια μέσα από προγράμματα ΕΣΠΑ 2007-2013, ΤΕΜΠΕ και Ευρωπαϊκής Γραμμής Επενδύσεων (ΕΓΕΤ)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ

ΕΠΕ



**MARFIN** | [www.marfin.gr](http://www.marfin.gr) | 210 93 04 400

Η παροχή υπηρεσιών είναι υπό όρους και προϋποθέσεις. Οι πληροφορίες είναι ενδεικτικές και δεν αποτελούν προσφορά χρηματοδότησης.

Για περισσότερα πληροφορίες:  
☎ 210 93 04 400  
[www.marfinagnatia.gr](http://www.marfinagnatia.gr)

 **MARFIN ΕΓΝΑΤΙΑ ΒΑΝΚΙ**  
Ας κάνουμε τη ζωή λίγο καλύτερη



## Business Express Post

Ο οικονομικότερος "courier" ...  
στο συρτάρι σας

Η έξυπνη εναλλακτική για να σταματήσετε να πληρώνετε ακριβά υπηρεσίες Courier που δεν χρειάζεστε

### Τι σας προσφέρει το Business Express Post:

- ✓ Κατάθεση της αλληλογραφίας σας μέχρι τις 17:00 στο ειδικό γραμματοκιβώτιο Business Express Post.
- ✓ Εγγυημένη επίδοση την επόμενη εργάσιμη ημέρα το πρωί σε όλες τις μεγάλες πόλεις της χώρας.
- ✓ Ανταγωνιστικές τιμές.
- ✓ Εκπτώσεις έως και 40% για χονδρική αγορά φακέλων Business Express Post.
- ✓ Δωρεάν διαφήμιση, με την εκτύπωση του λογότυπου της επιχείρησής σας πάνω στον φάκελο Business Express Post, για αγορά συγκεκριμένης ποσότητας φακέλων.
- ✓ Ευκολία και εξοικονόμηση χρόνου από την μετακίνηση και την αναμονή για την αγορά φακέλων και γραμματοσήμων.

Για τηλεφωνικές παραγγελίες ή για περισσότερες πληροφορίες:

Κέντρο Αθήνας: 210 3319501, 3216024, 7752377, Β. Προάστια: 210 6253500, 6008032, 6121849,

Λοιπές Περιοχές Αθήνας: 210 3353538, 3353479, Κέντρο Πειραιά: 210 4146142.

Λοιπές Περιοχές Πειραιά/Αιγαίου: 210 4146104, 4146172/4146109, 4146165, Θεσ/νίκης: 2310

589408/452, Δυτική Ελλάδα: 2610 624062/224703, Δυτική Μακεδονία: 24610 24604, Ανατολική

Μακεδονία- Θράκη: 2510 838770/226946, Στερεά Ελλάδα: 22310 66790/66793,

Πελοπόννησος: 2710 224034, Θεσσαλία: 2410 237164/237381 Ήπειρος: 26510 76540/26437,

Κρήτη: 2810 302866/243460.



**No 1**  
στον κόσμο!

Για να νιώθετε καλά  
και να ζείτε κάθε στιγμή...  
στο 100%!

**Centrum**<sup>®</sup>



GREY



Αρ. Γνωστοποίησης ΕΟΦ: 53610/07.08.2007  
Αρ. Γνωστοποίησης ΕΟΦ: 35192/23.06.04

**Πλήρες και ισορροπημένο συμπλήρωμα  
βιταμινών και μετάλλων**

Βασική προϋπόθεση για να νιώθετε καλά κάθε μέρα, είναι να έχετε μια πλήρη και ισορροπημένη διατροφή που θα σας παρέχει όλες τις απαραίτητες ποσότητες βιταμινών και μετάλλων. Με το σύγχρονο τρόπο ζωής όμως και τις νέες διατροφικές συνήθειες, κάτι τέτοιο δεν είναι πάντα εφικτό.

Το **Centrum** είναι το πλήρες και ισορροπημένο συμπλήρωμα βιταμινών, μετάλλων και ιχνοστοιχείων που συμπληρώνει το καθημερινό σας διατροφικό με ό,τι ακριβώς χρειάζεται ο οργανισμός σας, στις σωστές ποσότητες.

Το **Centrum** περιέχει επίσης λουτεΐνη, ένα φυσικό αντιοξειδωτικό που προστατεύει από τις βλαβερές συνέπειες των ελευθέρων ριζών.

**Centrum. Για να νιώθετε καλά και να ζείτε κάθε στιγμή...στο 100%!**

**Το Νο1 συμπλήρωμα βιταμινών και μετάλλων στον κόσμο!**

Υπεύθυνος κυκλοφορίας: Wyeth Hellas AEBE  
Λ. Κύπρου 126 & 25ης Μαρτίου, 164 52 Αργυρούπολη, Τηλ.: 210-99.49.500

"Ο όμιλος των εταιρειών Pfizer περιλαμβάνει πλέον μεταξύ των μελών του διεθνώς και όλες τις εταιρείες της Wyeth. Ωστόσο, η συγχώνευση σε τοπικό επίπεδο της Pfizer Ελλάς Α.Ε. και της Wyeth Ελλάς Α.Ε., θυγατρικών πλέον εταιρειών του ομίλου Pfizer, θα απαιτήσει την πάροδο μερικών μηνών μέχρι την ολοκλήρωση των σχετικών νομικών και ρυθμιστικών διαδικασιών"

Τα συμπληρώματα διατροφής δεν υποκαθιστούν την ενδεδειγμένη και ισορροπημένη διατροφή, αλλά την συμπληρώνουν

CEN.09.OCT.018



**Cialis™**  
tadalafil



**Για λύσεις ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ...**

**...στη Στυτική Δυσλειτουργία**



**CIALIS: 10 mg & 20 mg** δισκία επικαλυμμένα με λεπτό υμένιο. ΕΝΔΕΙΞΗ: Για τη θεραπεία της δυσλειτουργίας στύσης. Για να είναι αποτελεσματικό το CIALIS απαιτείται να υπάρχει σεξουαλική διέγερση. Το CIALIS δεν ενδείκνυται για χρήση από γυναίκες. ΔΟΣΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ: Για από του στόματος χρήση. Χρήση σε ενήλικες άνδρες. Η συνιστώμενη δόση του CIALIS είναι 10mg και λαμβάνεται πριν την προβλεπόμενη σεξουαλική δραστηριότητα και ανεξάρτητα από τη λήψη τροφής. Σε εκείνους τους ασθενείς, όπου η δόση των 10mg ταδασφιλίνης δεν έχει επαρκή αποτελεσματικότητα, η δόση των 20mg μπορεί να χορηγηθεί. Μπορεί να ληφθεί τουλάχιστον 30 λεπτά πριν τη σεξουαλική δραστηριότητα. Η μέγιστη συχνότητα λήψης του φαρμάκου είναι μία φορά την ημέρα. Η ανθεκτική καθυμενική χρήση του φαρμάκου αυτού δεν συνιστάται διότι δεν έχει τεκμηριωθεί η ασφαλεία της μακροχρόνιας ημερησιας χορήγησης του φαρμάκου, καθώς επίσης, διότι η επίδραση της ταδασφιλίνης διαρκεί, συνήθως, περισσότερο από μία ημέρα. ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ: Οι κλινικές μελέτες έδειξαν ότι η ταδασφιλίνη ενισχύει τις υποστατικές δράσεις των νιτροδίων, στους οποίους δεν συνιστάται η σεξουαλική δραστηριότητα. Το CIALIS δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται από ασθενείς με υπερευαίσθησία από ταδασφιλίνη ή σε οποιοδήποτε από τα έκοδο. ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ: Επίδραση άλλων φαρμακευτικών προϊόντων στη ταδασφιλίνη: Ένας ανασταλέτης της πρωτεΐσης, η οποία αναστέλλει το CYP3A4, CYP2C9, CYP2C19 και CYP2D6 προκαλεί διπλάσια αύξηση της έκθεσης (AUC) της ταδασφιλίνης (20mg) χωρίς αύξηση της C<sub>max</sub>. Αν και δεν έχουν μελετηθεί ειδικές αλληλεπιδράσεις, άλλα ανασταλέτες της πρωτεΐσης, όπως η σκουινάβηβη καθώς και άλλοι ανασταλέτες του CYP3A4, όπως η ερυθρομυκίνη, η κλαριθρομυκίνη, η προκοναζόλη και ο χιμοξυ κρεπρωσούλ, θα πρέπει να συγχρονίζονται με προσήγη διότι ενδέχεται να αυξήσουν τις συγκεντρώσεις πλάσματος της ταδασφιλίνης. Ο ρόλος των μεταφορών (όπως για παράδειγμα της p-γλυκοπρωτεΐνης) στη διάθεση της ταδασφιλίνης δεν είναι γνωστός. Επομένως, υπάρχει η πιθανότητα φαρμακοκιντικής αλληλεπιδράσης μέσω της αναστολής των μεταφορών αυτών. Ένας επαγωγέας του CYP3A4, η ριφαμπικίνη, προκαλεί μείωση της έκθεσης (AUC) της ταδασφιλίνης κατά 88%, συγκριτικά με τις αντίστοιχες AUC-μετρήσεις με τη χορήγηση μόνης της ταδασφιλίνης (σε δόση των 10mg). Η ταυτοχρόνη χορήγηση άλλων επαγωγέων του CYP3A4, όπως η φαινοβαρβιτάλη, η φαινοϊκόνη και η καμφοδιπύλη, ενδέχεται επίσης, να μειώσουν τις συγκεντρώσεις πλάσματος της ταδασφιλίνης. Επίδραση της ταδασφιλίνης σε άλλα φαρμακευτικά προϊόντα: Σε κλινικές μελέτες, έχει αποδειχθεί ότι η ταδασφιλίνη (10mg και 20mg) ενισχύει τις υποστατικές δράσεις των νιτροδίων. Επομένως, η χορήγηση του CIALIS αντενδείκνυται σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν οργανικά νιτροείδη σε οποιαδήποτε μορφή. Σε μια μελέτη με 18 νέους εθελοντές η ταδασφιλίνη (10mg και 20mg) δεν είχε κλινικά σημαντική επίδραση στις μεταβολές της αρτηριακής πίεσης από την ταρσουλοζίνη, έναν εκλεκτικό αποκλειστή των άλφα (1A)-αδρενεργικών υποδοχέων. ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ: Κεφαλαλγία, δύσπνοια, ρινορραγία, ρινίτιδα, μύαλγια, ερύθημα. Οι ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρονται με τη θεραπεία της ταδασφιλίνης ήταν παρόμοιες και γενικά ήπιες ή μέτριες βαρύτητας. ΦΑΡΜΑΚΟΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΣΛΙΟΤΗΤΕΣ: Το CIALIS αποδείχθηκε ότι προκαλεί στατιστικά σημαντική βελτίωση στη στυτική λειτουργία και στην ικανότητα για επίτευξη ικανοποιητικής σεξουαλικής επαφής, σε χρονικό διάστημα έως 36 ώρες μετά τη λήψη του φαρμάκου, καθώς επίσης και στην ικανότητα του ασθενή για ικανοποιητική σεξουαλική επαφή μόλις εντός 16 λεπτών μετά τη λήψη του φαρμάκου, συγκριτικά με το οικονομικό (placebo) φάρμακο. ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΔΕΔΙΑΣ: ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΕΙJ LILLY NEDERLAND B.V., GROOTSLAG 1-5, NL-3991 RA HOUTEN, ΟΛΛΑΝΔΙΑ. ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: Φαρμασέρβ - Αβύλ ΑΕΒΕ. ΑΡΙΘΜΟΣ(ΟΙ) ΔΕΔΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: ΕΥ/1/02/237/001 και ΕΥ/1/02/237/003. • ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΡΙΣΗΣ/ΑΝΑΝΕΩΣΗΣ ΤΗΣ ΔΕΔΙΑΣ: 12 Νοεμβρίου 2002. • ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΕΛΕΥΤΙΑΣ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΜΕΝΟΥ: Σεπτέμβριος 2008. ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΜΕΛΙΤΡΗΚΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ: ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ ΤΙΜΕΣ: CIALIS 4x10 mg Α.Τ.: 49,94 ΕΥΡΩ. CIALIS 4x20 mg Α.Τ.: 49,94 ΕΥΡΩ. Για περισσότερες πληροφορίες απευθυνθείτε στην εταιρεία ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ - ΑΒΥΛ ΑΕΒΕ.

**CIALIS: 2.5mg & 5mg** δισκία επικαλυμμένα με λεπτό υμένιο. ΕΝΔΕΙΞΗ: Για τη θεραπεία της στυτικής δυσλειτουργίας. Για να είναι αποτελεσματικό το CIALIS απαιτείται να υπάρχει σεξουαλική διέγερση. Το CIALIS δεν ενδείκνυται για χρήση από γυναίκες. ΔΟΣΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ: Για από του στόματος χρήση. Χρήση σε ενήλικες άνδρες. Γενικά, η συνιστώμενη δόση είναι 10mg και λαμβάνεται πριν την προβλεπόμενη σεξουαλική δραστηριότητα και ανεξάρτητα από τη λήψη τροφής. Σε εκείνους τους ασθενείς, όπου η δόση των 10mg ταδασφιλίνης δεν επιφέρει ικανοποιητικό αποτέλεσμα, η δόση των 20mg μπορεί να επιλεγεί. Μπορεί να ληφθεί τουλάχιστον 30 λεπτά πριν τη σεξουαλική δραστηριότητα. Η μέγιστη συχνότητα λήψης του φαρμάκου είναι μία φορά την ημέρα. Η ταδασφιλίνη 10mg και 20mg χορηγείται να ληφθεί πριν την προβλεπόμενη σεξουαλική δραστηριότητα και δεν συνιστάται να συνεχίσει καθυμενική χορήγηση. Στους ασθενείς που δεν ανταποκρίνονται στο κατ'επίκληση δισολογικό σχήμα και προσδοκούν μια συχνή χρήση του CIALIS (π.χ., τουλάχιστον δύο φορές την εβδομάδα), ένα καθημερινό θεραπευτικό σχήμα με τις χαμηλότερες δόσεις CIALIS μπορεί να θεωρηθεί κατάλληλο, βασίζοντας στην επιλογή του ασθενή και τη σύσταση του θεράποντα ιατρού. Στους ασθενείς αυτού, η συνιστώμενη δόση είναι 5mg ημερησίως που λαμβάνεται περίπου την ίδια ώρα καθημερινά. Η δόση μπορεί να μειωθεί σε 2.5mg ημερησίως, ανάλογα με την ανάγκη του κάθε ασθενή στην θεραπεία. Χρήση σε ηλικιωμένους άνδρες: Δεν απαιτείται προσαρμογή της δόσης σε ηλικιωμένους ασθενείς. Χρήση σε ασθενείς με διαταραχές της νεφρικής λειτουργίας: Δεν απαιτείται προσαρμογή της δόσης σε ασθενείς με ήπια έως μέτρια νεφρική ανεπάρκεια. ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ: Οι κλινικές μελέτες έδειξαν ότι η ταδασφιλίνη ενισχύει τις υποστατικές δράσεις των νιτροδίων. Επομένως, η χορήγηση του CIALIS αντενδείκνυται σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν οργανικά νιτροείδη σε οποιαδήποτε μορφή (1) αποκλειστές, όπως η δοξαζίνη, η αγγιόρηνη του CIALIS ενδέχεται να οδηγήσει σε συμπτώματα αρτηριακής υπότασης. Συνεπώς, δεν συνιστάται η χορήγηση της ταδασφιλίνης και των άλλων αποκλειστών. Δεν συνιστάται η χορήγηση της ταδασφιλίνης με τη δοξαζίνη. ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΑΛΛΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΤΑΔΑΣΦΙΛΙΝΗ: Η ταδασφιλίνη μεταβολίζεται κυρίως μέσω του κυτοχρώματος CYP3A4. Ένας εκλεκτικός ανασταλέτης του CYP3A4, η κετοκοναζόλη (200mg ημερησίως), προκαλεί διπλάσια αύξηση της έκθεσης (AUC) της ταδασφιλίνης (10mg) και αύξηση της C<sub>max</sub> κατά 15%, συγκριτικά με τις αντίστοιχες AUC και C<sub>max</sub> μετρήσεις με τη χορήγηση μόνης της ταδασφιλίνης. Η κετοκοναζόλη (400mg ημερησίως) προκαλεί τετραπλάσια αύξηση της έκθεσης (AUC) της ταδασφιλίνης (20mg) χωρίς αύξηση της C<sub>max</sub>. Αν και δεν έχουν μελετηθεί ειδικές αλληλεπιδράσεις, άλλοι ανασταλέτες της πρωτεΐσης, όπως η σκουινάβηβη καθώς και άλλοι ανασταλέτες του CYP3A4, CYP2C9, CYP2C19 και CYP2D6 προκαλεί διπλάσια αύξηση της έκθεσης (AUC) της ταδασφιλίνης (20mg) χωρίς αύξηση της C<sub>max</sub>. Αν και δεν έχουν μελετηθεί ειδικές αλληλεπιδράσεις, άλλοι ανασταλέτες της πρωτεΐσης, όπως η ερυθρομυκίνη, η κλαριθρομυκίνη, η προκοναζόλη και ο χιμοξυ κρεπρωσούλ, θα πρέπει να συγχρονίζονται με προσήγη διότι ενδέχεται να αυξήσουν τις συγκεντρώσεις πλάσματος της ταδασφιλίνης. Επομένως, η συχνότητα των ανεπιθύμητων συμβαμάτων ενδέχεται να αυξηθεί. Ένας επαγωγέας του CYP3A4, η ριφαμπικίνη, προκαλεί μείωση της έκθεσης (AUC) της ταδασφιλίνης κατά 88%, συγκριτικά με τις αντίστοιχες AUC-μετρήσεις με τη χορήγηση μόνης της ταδασφιλίνης (σε δόση των 10mg). Αυτή η διάλυση στην έκθεση, μπορεί πιθανώς να ανυψώσει να προκαλέσει μείωση της αποτελεσματικότητας της ταδασφιλίνης. Επίδραση της ταδασφιλίνης σε άλλα φαρμακευτικά προϊόντα: Σε κλινικές μελέτες, έχει αποδειχθεί ότι η ταδασφιλίνη (5, 10 και 20mg) ενισχύει τις υποστατικές δράσεις των νιτροδίων. Επομένως, η χορήγηση του CIALIS αντενδείκνυται σε ασθενείς οι οποίοι λαμβάνουν οργανικά νιτροείδη σε οποιαδήποτε μορφή. Οι συγκεντρώσεις αλκοόλ (μείον μέγιστη συγκεντρωτική πλάσματος 0,08%) δεν επηρεάζονται από την σύγχρονη χορήγηση της ταδασφιλίνης (10mg ή 20mg). Επιπλέον, δεν υπάρχει μεταβολή στις συγκεντρώσεις της ταδασφιλίνης 3 ώρες μετά τη χορήγηση με αλκοόλ. Η χορήγηση της δοξαζίνης (καθημερινή δόση 4mg και 8mg) και της ταδασφιλίνης (καθημερινή δόση των 5mg και 20mg) ερπασέ δόση, κατ'επίκληση ενισχύει την υποστατική επίδραση του από του στόματος αποκλειστή της σεξουαλικής επαφής, όπως η ταρσουλοζίνη, έναν εκλεκτικό αποκλειστή των άλφα (1A)-αδρενεργικών υποδοχέων. ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ: Οι πιο συχνά αναφερόμενες ανεπιθύμητες ενέργειες ήταν η κεφαλαλγία, η δύσπνοια και καρδιακές διαταραχές. Ασυνηθιστές: Αιθέριοι πύκνωμα και ταχυκαρδία. Συχνές: Εργασιμότητα του μυοκαρδίου. Άγνωστες: Ασταθής σπλήνη, κολικό αρθραλμία και διαταραχές του νεφρικού συστήματος. Πολύ συχνές: Κεφαλαλγία, Συχνές: Ζάλη, Σπινός: Συγκοπή, ημικρανία, παρόμοια ισχιακή οστέοδία (1), εγκυκλοπαιδικό και οφθαλμικό διαταραχές. Ασυνηθιστές: Βλάβη όρασης, Σπάνιες: Έκθεμα στα οπίσθια πόδια. Άγνωστες: Η καρδιακή αρτηριακή ισχιακή οστέοδία (1), απώρευση των αμινοβιταμινών (ΝΑΙΟΝ), απώρευση του αντισπασμωδικού συστήματος, του θύρακα και του μεσοθώρακιου. Ασυνηθιστές: Επιστόλη και διαταραχές του γαστρεντερικού συστήματος. Συχνές: Κολικό (ανωφέρει) αυχενόρα στον α τσολαφιλίνη χορηγείται σε ασθενείς που παίρνουν ήδη αντιπυρετικά φάρμακα και υπέρταση. Γενικές διαταραχές και καταστάσεις της οδού χορήγησης. Μη συχνές: Θωρακικό άλγος. Σπάνιες: Οίδημα πρόσωπα. Άγνωστες: Αιθιακές καρδιακές θανάτους και διαταραχές του ανοσοποιητικού συστήματος. Μη συχνές: Αντιδράσεις υπερευαίσθησίας, διαταραχές του αναπαραγωγικού συστήματος και του μαστού. Σπάνιες: Παρεμπόδιση σπύης. Άγνωστες: Πριασμός. ΦΑΡΜΑΚΟΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΣΛΙΟΤΗΤΕΣ: Το CIALIS αποδείχθηκε ότι προκαλεί στατιστικά σημαντική βελτίωση στη στυτική λειτουργία και στην ικανότητα για επίτευξη ικανοποιητικής σεξουαλικής επαφής, σε χρονικό διάστημα έως 36 ώρες μετά τη λήψη του φαρμάκου, καθώς επίσης και στην ικανότητα του ασθενή για ικανοποιητική σεξουαλική επαφή μόλις εντός 16 λεπτών μετά τη λήψη του φαρμάκου, συγκριτικά με το οικονομικό (placebo) φάρμακο. Ο ρυθμός και η διάρκεια της απορρόφησης της ταδασφιλίνης δεν επηρεάζονται από τη λήψη τροφής, επομένως το CIALIS μπορεί να χορηγηθεί με ή χωρίς τη λήψη τροφής. ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΔΕΔΙΑΣ: ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΕΙJ LILLY NEDERLAND B.V., GROOTSLAG 1-5, NL-3991 RA HOUTEN, ΟΛΛΑΝΔΙΑ. ΑΡΙΘΜΟΣ(ΟΙ) ΔΕΔΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: ΕΥ/1/02/237/006-008. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΡΙΣΗΣ/ΑΝΑΝΕΩΣΗΣ ΤΗΣ ΔΕΔΙΑΣ: 12 Νοεμβρίου 2002. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΕΛΕΥΤΙΑΣ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΜΕΝΟΥ: Σεπτέμβριος 2008. ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΜΕΛΙΤΡΗΚΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ: ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ ΤΙΜΕΣ: CIALIS 2x2,5mg και CIALIS 2x5mg Α.Τ.: 107,89 ΕΥΡΩ. Για περισσότερες πληροφορίες απευθυνθείτε στην εταιρεία ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ-ΑΒΥΛ Α.Ε.Β.Ε.

CIA/56-09/09



ΦΑΡΜΑΣΕΡΒ - ΑΒΥΛ Α.Ε.Β.Ε.  
 15ο χλμ. Ε.Ο. ΑΘΗΝΩΝ - ΛΑΜΙΑΣ 14564 ΚΗΦΙΣΙΑ τηλ. 210 6294610 Τ.Θ. 51288  
 ΓΡΑΦΕΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ: ΑΔΡΙΑΝΟΥΠΟΛΕΩΣ 24 ΚΑΛΑΜΑΡΙΑ 55133 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ τηλ. 2310 480160  
 www.lilly.gr