

PHARMACY

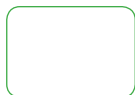
# management

www.PharmaManage.gr

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ • ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2012 • ΤΕΥΧΟΣ 16 • Θ. ΧΑΡΑΜΗ ΕΠΕ ΝΙΚΗΣ 57, 174 55 ΑΛΙΜΟΣ • ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ

Η εκτύπωση γίνεται  
σε οικολογικό χαρτί



www.PharmaManage.gr

## ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Αυτοθεραπεία και ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ

## ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Πώς να εξασφαλίσετε  
την αναγκαία ρευστότητα

## ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

e-commerce,  
Προοπτικές για το φαρμακείο

## ΑΦΙΕΡΩΜΑ

# 4η Ημερίδα: Φαρμακοποιών Φαρμακείο:

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΥΓΕΙΑΣ



# Naprosyn<sup>®</sup>




Naproxen Gel



ΝΕΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ - ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

## ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

Ο τρόπος διάθεσης του φαρμακευτικού ιδιοσκευάσματος **Naprosyn<sup>®</sup> Gel** έχει αλλιάξει. Έχει ενταχθεί στην **κατηγορία των ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ** και ως εκ τούτου, δεν απαιτείται ιατρική συνταγή για τη διάθεσή του.

-  Το **Naprosyn<sup>®</sup> Gel**, **τοπικό, αναλγητικό, αντιφλεγμονώδες**, ανακουφίζει από μυϊκούς, αρθρικούς πόνους και τραυματικές κακώσεις των μαλακών μορίων.
-  Το **Naprosyn<sup>®</sup> Gel** **συσσωρεύεται στο σημείο της φλεγμονής**, ως δερματικό απόθεμα και απελευθερώνεται σταδιακά, επιτυγχάνοντας θεραπευτικές συγκεντρώσεις, με αμελητέα συστηματική απορρόφηση\*.
-  Κάθε γραμμάριο γέλης **περιέχει 100 mg ναπροξένης**, ουσία αναφοράς στην κατηγορία των ΜΣΑΦ.

Επιπροσθέτως, το **Naprosyn<sup>®</sup> Gel** διατίθεται πλέον σε νέα συσκευασία. Χ.Τ.: 3,47€ Λ.Τ.: 4,98€



Το **Naprosyn<sup>®</sup> Gel** στοχεύει στον πόνο,  
δρα στον πόνο και απελευθερώνει τις κινήσεις!

## ■ Επικαιρότητα

- 05 **EDITORIAL**  
 06 **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΝΕΑ**  
 22 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ**  
 24 **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΓΕΙΑΣ**  
 32 **ΤΑ ΝΕΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ**

## ■ Αφιέρωμα

- 34 **4η Ημερίδα Φαρμακοποιών**  
**Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**  
**& ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΥΓΕΙΑΣ**



## ■ Αναλύσεις

- 54 **ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ**  
 ΜΕ ΤΟ ΓΙΑΝΝΗ ΣΑΜΠΑΝΗ  
**Η ΕΞΕΛΙΞΗ προχωρά στην εξέλιξη...**
- 60 **ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ**  
**ΚΛΕΟΠΑΤΡΑΣ Δ. ΓΚΙΖΑΝΗ**  
**Ένα υποδειγματικό συνοικιακό**  
**φαρμακείο**
- 66 **ΑΓΟΡΑ**  
**Αντιγήραση**
- 78 **ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ**  
**Ικανοποίηση ασθενών-πελατών**  
**από τις υπηρεσίες φαρμακευτικής**  
**περίθαλψης**

- 84 **MARKETING**  
**Τα Γενόσημα φάρμακα και**  
**η ευκαιρία για την Ελλάδα**



## ■ Επικοινωνία

- 92 **Η ΣΥΜΒΟΥΛΗ ΣΑΣ**  
**Γυναίκα και φυτοθεραπεία**



- 100 **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**  
**Χειμώνας,**  
**φροντίζοντας τους πελάτες σας**
- 106 **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**  
**Αυτοθεραπεία και ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ**
- 112 **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**  
**Η τερηδόνα στην Ελλάδα**



## ■ Το Βήμα των Νέων

- 118 **Οι νέοι (δεν) γυρίζουν**  
**τις πλάτες τους στην Ελλάδα!**

## ■ Επιχειρηματικότητα

- 124 **MANAGEMENT**  
**Ηλιόλουστοι καιροί σε περίοδο κρίσης!**
- 128 **MANAGEMENT**  
**Επιτυχημένες ιδέες για τη νέα χρονιά**
- 134 **ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ**  
**Πώς να εξασφαλίσετε την αναγκαία**  
**ρευστότητα**



- 138 **ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ**  
**4 βήματα για τη διατήρηση της**  
**κερδοφορίας**
- 144 **MARKETING**  
**Βιτρίνα... το άμεσο εργαλείο για**  
**την προώθηση των υπηρεσιών σας**
- 148 **ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**  
**e-commerce,**  
**Προοπτικές για το φαρμακείο**

**Μην ξεχνάτε να ενημερώνετε**  
**το Περιοδικό για κάθε αλλαγή**  
**διεύθυνσης ή επωνυμίας στο**  
**T.: 210 984 3274, info@PharmaManage.gr**

# Σεμινάρια Φαρμακοποιών

ΕΠΕΝΔΥΣΤΕ

ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΑΣ

ΚΥΚΛΟΣ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ

4 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΗΜΕΡΕΣ

PHARMACY  
manager

PHARMACY  
manager

ΜΙΑ ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

50  ΕΕΔΕ

ΧΡΟΝΙΑ | ελληνική εταιρία διοίκησης επιχειρήσεων

1 9 6 2 - 2 0 1 2

PHARMACY

management

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

ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

# με δυνατότητα επίσκεψης στο φαρμακείο σας για εξατομικευμένες εφαρμογές

## 3 πόλεις στην Ελλάδα

Αθήνα	Σάβ. 30 & Κυρ. 31/3/13 Σάβ. 27 & Κυρ. 28/4/13
Θεσσαλονίκη	Σάβ. 2 & Κυρ. 3/3/13 Σάβ. 13 & Κυρ. 14/4/13
Πάτρα	Σάβ. 9 & Κυρ. 10/3/13 Σάβ. 20 & Κυρ. 21/4/13

## 4 Εκπαιδευτικές Ημέρες

Ένα πλήρες πρόγραμμα 24 ωρών εκπαίδευσης σε 2 Σαββατοκύριακα ανά πόλη!

**1η Ημέρα Οικονομική Διαχείριση**

**2η Ημέρα Διοίκηση - Οργάνωση Εργασίας**

**3η Ημέρα Επικοινωνία Πελάτη - Υπηρεσίες**

**4η Ημέρα Merchandizing & Προβολές**

## Ο ΣΤΟΧΟΣ

- Να αναβαθμίσετε τις υπηρεσίες προς τους πελάτες σας.
- Να βελτιώσετε την πρακτική σας στη συμβουλή υγείας και τη σωστή συμπληρωματική πρόταση.
- Να διαμορφώσετε αποτελεσματικά το χώρο σας ώστε να είναι πιο ελκυστικός για τον πελάτη σας.
- Να διοικείτε με επιτυχία την ομάδα των συνεργατών σας και
- Να διαχειριστείτε πιο αποδοτικά την επιχείρησή σας...

**Με εισηγητές**  
καταξιωμένους Συμβούλους  
στο χώρο του Φαρμακείου  
και με δυνατότητα επίσκεψης  
στο Φαρμακείο σας  
για εξατομικευμένες εφαρμογές!

**Δυνατότητα επιδότησης από ΛΑΕΚ για το προσωπικό σας ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ και ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ**

**Αθήνα:** Άρτεμις Χρόνη, τηλ. 210 2112000 (εσωτ.\*610), email: open-seminars1@eede.gr Λ. Ιωνίας 200 & Ιακωβάτων, 111 44 Κ. Πατήσια

**Θεσσαλονίκη:** Κατερίνα Κόκλα, τηλ. 2310 522314, email: macedonia@eede.gr Λέοντος Σοφού 3, 546 26 Θεσσαλονίκη

**Πάτρα:** Ρούλα Ιωάννου, τηλ. 2610 318573, email: patra@eede.gr Πλατεία Πίνδου 1, Γούναρη & Αγ. Ανδρέου, 262 22 Πάτρα



## Frezyderm

Όμορφο, Φρέσκο Δέρμα  
Για Πάντα

### Αντιγήρανση

**Αντιμετώπιση της φωτο-, χρονο-,  
βιο- γήρανσης του δέρματος  
με πλούσιες φόρμουλες  
και 2 καινοτομίες:**

ενεργοποίηση των γονιδίων νεότητας  
που εξασφαλίζουν την άμυνα και  
την επανόρθωση του δέρματος, ενώ παράλληλα  
επιβραδύνουν τη διαδικασία γήρανσης

προστασία και ενεργοποίηση των βλαστοκυττάρων  
του δέρματος για την παραγωγή λιπιδίων και  
πρωτεϊνών που "γεμίζουν" τις ρυτίδες από μέσα



ΜΟΝΟ ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ



ΣΥΝΙΣΤΑΤΑΙ  
ΑΠΟ ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΟΥΣ



PARABENS  
FREE



ΠΡΟΪΟΝΤΑ BODY ΣΥΝΔΙΑΖΟΝΤΑΙ  
ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Κεντρικά: Μενάνδρου 75, 104 37 Αθήνα, Τ: 210 5246900, Φ: 210 5244433  
Υποκατάστημα Β. Ελλάδας: Κων. Καραμανλή 112, 54 248 Θεσσαλονίκη, Τ: 2310 327210, Φ: 2310 327211  
e: info@frezyderm.com, www.frezyderm.com, τηλ. επικοινωνίας: 210 5246900



**FREZYDERM**  
DERMOCEUTICALS - PHARMACEUTICALS  
NUTRITION PRODUCTS

**ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ**

ΤΕΥΧΟΣ 16  
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2012  
ISSN 1791- 860x  
Νίκης 57, 174 55 Αλιμος  
Τ.: 210 984 3274  
F.: 211 800 5575  
www.PharmaManage.gr

**ΕΚΔΟΤΗΣ**

Πόπη Χαραμή

**ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ****Θ. ΧΑΡΑΜΗ Ε.Π.Ε.****Εκδόσεις - Υπηρεσίες Επικοινωνίας**

Νίκης 57, 174 55 Αλιμος  
Τ.: 210 984 3274 • F.: 211 800 5575  
info@PharmaManage.gr

**ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ****ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΚΔΟΣΗΣ****ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

Πόπη Χαραμή

**ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ**

*Ποφίρα*

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ**

Κατερίνα Κωστούλα  
polyxromo@gmail.com  
Τ.: 210 2026 816

**ΠΑΡΑΓΩΓΗ - ΕΚΤΥΠΩΣΗ**

Pressious Arvanitidis ABEE  
Καλαβρύτων 3 & Αμαλιάδος  
145 64, Ν. Κηφισιά  
Η εκτύπωση γίνεται σε οικολογικό χαρτί

**Σ' ΑΥΤΟ ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ  
ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΗΚΑΝ**

Πένυ Λαζογεώργου  
Μαριάνθη-Ταξιαρχούλα Χατζέλλη  
Ιωάννα Αντωνιάδου  
Γρηγόρης Καρέλος  
Λεωνίδα Πετεινάτος  
Δανάη Γιάνναρη  
Νατάσα Ζαχαράκη  
Ανδρέας Καλλιβωκάς  
Μάτα Χαροκόπου  
Γιάννης Κοντάκος  
Θάνος Χατζηγαλάνης  
Αντώνης Φουστέρης  
Ελένη Αμπατζή

Δεν επιτρέπεται η αναπαραγωγή με οποιονδήποτε τρόπο τμήματος ή ολόκληρου του έργου χωρίς την προηγούμενη γραπτή άδεια του εκδότη. Το περιοδικό έχει το δικαίωμα της επιλογής και συντόμευσης των άρθρων και δελτίων τύπου που λαμβάνει. Τα όποιες μορφές υλικά, φωτογραφίες κλπ. δεν επιστρέφονται. Τα ενυπόγραφα άρθρα εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συγγραφέων τους.

# Το μέλλον μέσα στα χέρια σας...

**2012!** Ένας πολύ δύσκολος και οδυνηρός χρόνος έφθασε στο τέλος του. Και ο επόμενος ακόμη δυσκολότερος, ένας χρόνος πολύ ροκ, που θα πρέπει να εξισορροπήσουμε σε τεντωμένο σχοινί.

Είμαστε όμως έτοιμοι να δώσουμε τη μάχη σε ένα νέο σκηνικό της αγοράς;

Ορισμένοι κοιτάνε το μέλλον με δυσπιστία και αναρωτιούνται ποιο το νόημα να συνεχίσουν.

Άλλοι όμως, ίσως πιο αισιόδοξοι, ίσως πιο νέοι, θα είναι και οι πιο τολμηροί!

Μέσα σε ένα περιβάλλον υγείας λοιπόν γεμάτο αλλαγές, πρέπει να δράσουμε έγκαιρα πριν μας πάρει το ποτάμι.

Το πιο σημαντικό είναι να αποβάλουμε όλοι μας, όπου και να δουλεύουμε το συναισθηματικό φόρτο που μας δημιούργησαν αυτές οι αλλαγές και η κρίση, να κοιτάξουμε και να αποδεχούμε την πραγματικότητα, για να μπορέσουμε να ανοίξουμε νέους ορίζοντες εργασίας, εξυπηρέτησης και επιχειρηματικότητας.

Εμείς από το Περιοδικό PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ, αλλά και από την **4<sup>η</sup> Ημερίδα Φαρμακοποιών** με θέμα, **Φαρμακείο: Επιχειρηματικότητα και Επικοινωνία Υγείας**, που έφθασε στην υλοποίηση της την **Κυριακή, 20 Ιανουαρίου 2013**, θα συνεχίσουμε το εκπαιδευτικό μας έργο προς εσάς που είστε το αγαπημένο μας αναγνωστικό κοινό.

## Σήμερα οι απαντήσεις για το μέλλον βρίσκονται στα χέρια σας...

Ελάτε να τις ανακαλύψουμε μαζί στην

**4<sup>η</sup> Ημερίδα Φαρμακοποιών!**

*αξίζει να είστε όλοι εδώ!*

Πόπη Χαραμή  
Φαρμακοποιός

Σύμβουλος Φαρμακευτικών Υπηρεσιών  
p.harami@PharmaManage.gr

## Μεγάλη η συμμετοχή των Φαρμακοποιών στην εκστρατεία των Γιατρών Χωρίς Σύνορα «Παστίλιες για τον πόνο του άλλου»

Οι Γιατροί Χωρίς Σύνορα πρόσφατα εγκαινίασαν μεγάλη εκστρατεία αλληλεγγύης και ευαισθητοποίησης, με τίτλο «Παστίλιες για τον πόνο του άλλου». Στο πλαίσιο της εκστρατείας, φαρμακεία σε ολόκληρη τη χώρα διαθέτουν αφιλοκερδώς το κουτάκι με τις έξι καραμέλες που παράγει η εταιρεία APIVITA. Οι παστίλιες κοστίζουν 1,60 ευρώ και τα έσοδα διατίθενται απευθείας στα προγράμματα της οργάνωσης στην Ελλάδα και τον υπόλοιπο κόσμο.



Όπως επισημαίνει ο Πρόεδρος του Ελληνικού τμήματος των Γιατρών Χωρίς Σύνορα, Χρήστος Χρήστου, «στόχος της εκστρατείας είναι να περάσει ένα μήνυμα ότι σ' αυτή την οδυνηρή περίοδο που διανύει η Ελλάδα, το αντίδοτο στην εσωστρέφεια, την απελπισία και τον πόνο του άλλου είναι η αλληλεγγύη. Την δική τους αλληλεγγύη δείχνουν έμπρακτα η APIVITA και οι συνεργάτες της, καθώς και οι φαρμακοποιοί όλης της χώρας που ανταποκρίθηκαν στο κάλεσμα των Γιατρών Χωρίς Σύνορα, συμβάλλοντας αφιλοκερδώς στην υλοποίηση της εκστρατείας. Θα θέλαμε να απευθύνουμε σε όλους ένα μεγάλο ευχαριστώ».

Για παραγγελίες φαρμακείων, Τηλ. 210 5 200 500, Fax 210 77 70 990 Email: [pastilles.orders@msf.gr](mailto:pastilles.orders@msf.gr)



## ADVANCE Pharmacies: Παγκόσμια Ημέρα Οστεοπόρωσης

Για μια ακόμα χρονιά η ADVANCE Pharmacies υποστηρίζει το κοινωνικό έργο του Ελληνικού Συλλόγου Υποστήριξης Ασθενών με Οστεοπόρωση, συμμετέχοντας ενεργά στον εορτασμό της Παγκόσμιας Ημέρας Οστεοπόρωσης, που πραγματοποιήθηκε στο Divani Caravel, στις 20 Οκτωβρίου 2012.

Συγκεκριμένα, στο κεντρικό πάνελ της Ημερίδας, με θέμα «**Οστεοπόρωση: Νέα δεδομένα-Ο ρόλος της συμμόρφωσης στη θεραπεία. Ζωντανή επίδειξη/παρουσίαση των επιπτώσεων**» συμμετείχε ο κ.Λύγδας Ευάγγελος, φαρμακοποιός - μέλος της Advance από τον Ταύρο. Εκπροσωπώντας το Δίκτυο Advance Pharmacies, ο κ.Λύγδας τόνισε τη μεγάλη σημασία της πρόληψης αλλά και την ανάγκη για τη συμμόρφωση στη φαρμακευτική αγωγή, έτσι ώστε να μπορεί κάθε ασθενής να διασφαλίσει καλή ποιότητα ζωής.

Αξίζει να σημειωθεί ότι την ημέρα εκείνη, πάνω από 1000 άτομα που ενδιαφέρονται για την υγεία τους παραβρέθηκαν στο ξενοδοχείο για να συμμετάσχουν σε ομιλίες, μαθήματα χορού αλλά και πολλές δωρεάν εξετάσεις.

Τα σημαντικά μηνύματα της Πρόληψης και της Συμμόρφωσης στη φαρμακευτική αγωγή απασχολούν ιδιαίτερα τους κοινωνικά ενεργούς φαρμακοποιούς – μέλη της Advance και για το λόγο αυτό σχεδιάζονται διαρκώς ανάλογες κινήσεις επικοινωνίας προς το κοινό.

00001

Card'Advantage

by Advance

00001

### Card'Advantage

Τα φαρμακεία-μέλη της ADVANCE υποστηρίζουν το έργο του Ελληνικού Συλλόγου Υποστήριξης Ασθενών με Οστεοπόρωση.

**1€**

Με το παρόν, το φαρμακείο μας δεσμεύεται να προσφέρει 1€ στον Ελληνικό Σύλλογο Υποστήριξης Ασθενών με Οστεοπόρωση.

Σας ευχαριστούμε για τη συμμετοχή σας!

Επισκεφτείτε το site του Συλλόγου και μάθετε περισσότερα για τις δράσεις του! [www.osteocare.gr](http://www.osteocare.gr)



# Nasonex®

(mometasone furoate aqueous nasal spray)

**1** Αλλεργική Ρινίτιδα

(ενήλικες και παιδιά)

**2** Προφύλαξη Αλλεργικής Ρινίτιδας

(χρήση 2-4 εβδομάδες πριν τη γυροφορία)

**3** Ρινικοί Πολύποδες

(ενήλικες)



Ταχεία και ισχυρή ανακούφιση από τη ρινική συμφόρηση<sup>1,2</sup>

**1** Έτος

Καμία ένδειξη ατροφίας του ρινικού βλεννογόνου ακόμα και μετά από 1 συνεχές έτος χρήσης<sup>3,4</sup>

≤0.1%

Αμελητέα συστηματική βιοδιαθεσιμότητα (≤0.1%), η χαμηλότερη μεταξύ όλων των ρινικών στεροειδών<sup>3,5</sup>

JUST



MSD ΑΦΒΕΕ, ΑΘΗΝΑ: Αγ. Δημητρίου 63, 174 56 Άλιμος,  
Τηλ.: 210 989 7300, ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ: 9<sup>ο</sup> χλμ. Θεσ/νίκης-Θέρμης,  
570 01 Πυλαία, Τηλ.: 2310 863 634, Fax: 2310 863 687, www.msd.gr



Συν-προώθηση με την εταιρεία:

ΒΙΑΝΕΞ Α.Ε. ΑΘΗΝΑ: Οδός Τατοΐου 146 71, Ν. Ερυθραία Τηλ.: 210 800 9111,  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: Β. Χατζή 2, Τηλ.: 2310 833 893  
ΠΑΤΡΑ: Μαιζώνος 131, Τηλ.: 2610 221 397, www.vianex.gr



Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών MSD:

800 11 33 333 (χωρίς χρέωση)  
210 98 97 383

## NASONEX<sup>®</sup> ρινικό εκνέφωμα

**ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΙΔΙΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΟΣ** NASONEX<sup>®</sup> 50 μικρογραμμάρια / ψεκασμό, Ρινικό εκνέφωμα, εναιώρημα. **ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ:** Φουροϊκή μομεταζόνη (ως μονοϋδρική) 50 μικρογραμμάρια / ψεκασμό. Αυτό το φαρμακευτικό προϊόν περιέχει 0,2mg χλωριούχου βενζαλκόνιου ανά γραμμάριο. Για τον πλήρη κατάλογο των εκδόχων, βλ. παράγραφο 6.1. **ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ:** Το NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα ενδείκνυται για χρήση σε παιδιά 6 ετών και άνω για την θεραπεία των συμπτωμάτων της εποχιακής αλλεργικής ή χρόνιας αλλεργικής ρινίτιδας. Σε ασθενείς με ιστορικό μέτρων έως σοβαρών συμπτωμάτων εποχιακής αλλεργικής ρινίτιδας, μπορεί να αρχίσει προληπτική θεραπεία με NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα έως τέσσερις εβδομάδες πριν αρχίσει η εποχή της γύρης. Το NASONEX<sup>®</sup> ρινικό εκνέφωμα ενδείκνυται για τη θεραπεία των ρινικών πολυπόδων σε ενήλικες ασθενείς από 18 ετών και άνω. **ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ:** Υπερευαίσθησία σε οποιοδήποτε από τα συστατικά του NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα. Το NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα δεν πρέπει να χρησιμοποιείται όταν υπάρχει μη αντιμειωσιμότητα φλεγμονή του ρινικού βλεννογόνου. Εξαιτίας της ανασταλτικής δράσης των κορτικοστεροειδών στην επούλωση των τραυμάτων, οι ασθενείς οι οποίοι πρόσφατα υποβλήθηκαν σε χειρουργική επέμβαση στον μύτη ή υπέστησαν τραύμα στην περιοχή αυτή, δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούν ρινικά κορτικοστεροειδή πριν την επούλωση του τραύματος. **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ:** Το NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα θα πρέπει να χρησιμοποιείται με προσοχή, και μόνο όταν η χρήση του είναι απαραίτητη, σε ασθενείς με ενεργό ή μη ενεργό φυματιώδη μόλυνση του αναπνευστικού συστήματος, ή με μυκητιασικές, βακτηριακές, μοιύνσεις και συστηματικές μοιύνσεις από ιούς οι οποίες δεν έχουν θεραπευθεί ή με απλό έρπη των οφθαλμών. Ύστερα από 12 μήνες θεραπευτικής αγωγής με το NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα δεν υπήρχαν στοιχεία ενδεικτικά ατροφίας του ρινικού βλεννογόνου. Επίσης, η φουροϊκή μομεταζόνη είχε την τάση να φέρνει τον ρινικό βλεννογόνο πλησιέστερα προς την φυσιολογική ιστολογική εικόνα. Όπως συμβαίνει με οποιαδήποτε μακροχρόνια θεραπεία, ασθενείς που χρησιμοποιούν το NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα για πολλούς μήνες ή περισσότερο καιρό, θα πρέπει να υποβάλλονται περιοδικά σε εξετάσεις για πιθανές αλλοιώσεις του ρινικού βλεννογόνου. Εάν αναπτυχθεί τοπική μυκητιασική μόλυνση της μύτης ή του φάρυγγα, μπορεί να απαιτηθεί η διακοπή της θεραπευτικής αγωγής με NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα και η χορήγηση της κατάλληλης αγωγής. Η επιμονή των ρινοφαρυγγικών συμπτωμάτων αποτελεί λόγο διακοπής της χορήγησης του NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα. Παρότι το NASONEX<sup>®</sup> θα ελέγξει τα ρινικά συμπτώματα στους περισσότερους ασθενείς, η ταυτόχρονη χρήση κατάλληλης συμπληρωματικής θεραπείας μπορεί να προσφέρει πρόσθετη ανακούφιση από άλλα συμπτώματα, ιδιαίτερα τα οφθαλμικά συμπτώματα. Δεν υπάρχουν αποδείξεις καταστολής του άξονα υποθαλάμιο-υπόφυσης-επινεφριδίων, ύστερα από παρατεταμένη θεραπεία με NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα. Ωστόσο, ασθενείς που αλληάζουν την αγωγή τους από μακράς διάρκειας συστηματική χορήγηση κορτικοστεροειδών στο NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα, απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή. Η διακοπή των συστηματικών κορτικοστεροειδών σε τέτοιους ασθενείς μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα επινεφριδιακή ανεπάρκεια για κάποιους μήνες μέχρι να επαναλειτουρηήσει ο άξονας υποθαλάμιο-υπόφυσης-επινεφριδίων (ΥΥΕ). Εάν οι ασθενείς αυτοί εμφανίσουν ενδείξεις ή συμπτώματα επινεφριδιακής ανεπάρκειας, θα πρέπει να ξαναρχίσει η συστηματική χορήγηση κορτικοστεροειδούς και άλλων μορφών θεραπευτικής αγωγής και να εφαρμοστούν τα κατάλληλα μέτρα. Κατά την μετάβαση από τα συστηματικά κορτικοστεροειδή στο NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα, οι ασθενείς μπορεί να εμφανίσουν συμπτώματα στερητικού συνδρόμου από την διακοπή της συστηματικής χορήγησης των κορτικοστεροειδών (π.χ. πόνος στις αρθρώσεις ή/και στους μύες, κόπωση, και κατάθλιψη αρχικά) παρά την ανακούφιση των ρινικών συμπτωμάτων και θα απαιτηθεί ενθάρρυνση των ασθενών για την συνέχιση της θεραπευτικής αγωγής με NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα. Η αλληαγή αυτή μπορεί επίσης να αποκαλύψει προϋπάρχουσες αλλεργικές καταστάσεις, όπως αλλεργική επιπεφυκίτιδα και έκζεμα, τα οποία δεν εμφανίζονται κατά την προηγούμενη συστηματική θεραπευτική αγωγή με κορτικοστεροειδή. Η ασφάλεια και η αποτελεσματικότητα του NASONEX<sup>®</sup> δεν έχουν μελετηθεί για χρήση στη θεραπεία μονόπλευρων πολυπόδων, πολυπόδων συνδεομένων με κυστική ίνωση ή πολυπόδων οι οποίοι αποφράσσουν εντελώς τις ρινικές κοιλότητες. Μονόπλευροι πολυπόδες οι οποίοι είναι ασυνήθεις ή ανώμαλοι σε εμφάνιση, κυρίως εάν είναι ελκώδεις ή αιμορραγικοί, θα πρέπει να διερευνηθούν περαιτέρω. Ασθενείς που υποβάλλονται σε θεραπευτική αγωγή με κορτικοστεροειδή που πιθανόν να παρουσιάσουν ανοσοκαταστολή θα πρέπει να προειδοποιηθούν για τον κίνδυνο έκθεσης σε ορισμένες μοιύνσεις (π.χ. ανεμοβλογιά, ιθιρά) και για την σημασία της ιατρικής παρακολούθησης στην περίπτωση που εκτεθούν σ' αυτές. Ύστερα από την χρήση ενδορρινικών κορτικοστεροειδών, έχουν πολύ σπάνια αναφερθεί διάτρηση του ρινικού διαφράγματος ή αυξημένη ενδοοφθαλμική πίεση. Η αποτελεσματικότητα και η ασφάλεια του ρινικού εκνεφώματος NASONEX<sup>®</sup> για τη θεραπεία των ρινικών πολυπόδων σε παιδιά και εφήβους κάτω από 18 ετών δεν έχει τεκμηριωθεί. Μπορεί να παρατηρηθεί συστηματική δράση των ρινικών κορτικοστεροειδών, ιδιαίτερα στις υψηλές δόσεις που χορηγούνται για παρατεταμένες περιόδους. Καθυστερόση της ανάπτυξης αναφέρθηκε σε παιδιά που ελάμβαναν ρινικά κορτικοστεροειδή στις εγκεκριμένες δόσεις. Συνιστάται τακτική παρακολούθηση του ύψους των παιδιών που λαμβάνουν παρατεταμένη θεραπεία με ρινικά κορτικοστεροειδή. Εάν παρατηρηθεί καθυστέρηση της ανάπτυξης, η θεραπευτική αγωγή θα πρέπει να επανεξετασθεί με στόχο τη μείωση της δόσης του ρινικού κορτικοστεροειδούς, εάν αυτό είναι δυνατόν, στη χαμηλότερη δόση με την οποία διατηρείται ο αποτελεσματικός έλεγχος των συμπτωμάτων. Επιπλέον, θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψη η παραπομπή του ασθενούς σε ειδικό παιδίατρο. Η θεραπεία με υψηλότερες από τις συνιστώμενες δόσεις μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα κλινικά σημαντική καταστολή της

λειτουργίας των επινεφριδίων. Εάν υπάρχουν ενδείξεις για χρήση υψηλότερων από τις συνιστώμενες δόσεις, τότε θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψη η κάλυψη με επιπλέον σημαντικές χορηγούμενα κορτικοστεροειδή κατά τη διάρκεια των περιόδων stress ή προγραμματισμένων χειρουργικών επεμβάσεων. **ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ:** Οι ανεπιθύμητες ενέργειες κατηγοριοποιούνται σύμφωνα με την Κατηγορία Οργάνου Συστήματος και τη συχνότητα. Οι κατηγορίες συχνότητας εμφάνισης ορίζονται σύμφωνα με την ακόλουθη σύμβαση: Πολύ συχνές (>1/10), Συχνές (>1/100, <1/10), ασυνήθης (>1/1000, <1/100), σπάνιες (>1/10000, <1/1000), πολύ σπάνιες (<1/10000). Οι ανεπιθύμητες ενέργειες που σχετίζονται με τη θεραπευτική αγωγή και οι οποίες έχουν αναφερθεί κατά τη διενέργεια κλινικών μελετών για αλλεργική ρινίτιδα σε ενήλικες και εφήβους ασθενείς είναι οι εξής: Διαταραχές του αναπνευστικού συστήματος, του θώρακα και του μεσοθωρακίου: Συχνές: Ρινορραγία, φαρυγγίτιδα, αίσθημα ρινικού καύσου, ερεθισμός ρωθώνων, εξήλκωση ρωθώνων. Γενικές διαταραχές και καταστάσεις της οδού χορήγησης: Συχνή: Κεφαλαλγία. Η ρινορραγία ήταν γενικώς περιορισμένη και μέτρια σοβαρότητας και συνέβη με μεγαλύτερη συχνότητα σε σχέση με το εικονικό φάρμακο (5%) αλλά σε συγκρίσιμη ή μικρότερη συχνότητα σε σύγκριση με τα ενεργά ρινικά κορτικοστεροειδή του ελέγχου τα οποία μελετήθηκαν (μέχρι 15%). Η συχνότητα όλων των άλλων ενεργειών ήταν συγκρίσιμη με αυτή του εικονικού φαρμάκου. Στον παιδιατρικό πληθυσμό, η συχνότητα των ανεπιθύμητων ενεργειών, π.χ., ρινορραγία (6%), πονοκέφαλος (3%), ενόχληση στη μύτη (2%) και φτάρνισμα (2%) ήταν συγκρίσιμη με αυτή του εικονικού φαρμάκου. Σε ασθενείς που λαμβάνουν θεραπεία για ρινικούς μοιύνσεις ή συστηματικές μοιύνσεις ανεπιθύμητων ενεργειών ήταν συγκρίσιμη με αυτή του εικονικού φαρμάκου και παρόμοια με αυτή που παρατηρείται σε ασθενείς με αλλεργική ρινίτιδα. Οι σχετιζόμενες με τη θεραπεία ανεπιθύμητες ενέργειες αναφερθείσες σε ≥1% των ασθενών σε κλινικές μελέτες για πολυπόδες ήταν οι εξής: **NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα (200mcg μία φορά την ημέρα):** Διαταραχές του αναπνευστικού συστήματος, του θώρακα και του μεσοθωρακίου: Συχνές: Λοίμωξη ανώτερης αναπνευστικής οδού, ρινορραγία. Γενικές διαταραχές και καταστάσεις της οδού χορήγησης: Συχνή: Κεφαλαλγία. **NASONEX<sup>®</sup> Ρινικό εκνέφωμα (200mcg δύο φορές την ημέρα):** Διαταραχές του αναπνευστικού συστήματος, του θώρακα και του μεσοθωρακίου: Ασυνήθης: Λοίμωξη ανώτερης αναπνευστικής οδού, Πολύ συχνή: Ρινορραγία, Γαστρεντερικές διαταραχές: Συχνή: Ερεθισμός του φάρυγγα. Γενικές διαταραχές και καταστάσεις της οδού χορήγησης: Συχνή: Κεφαλαλγία. Σε ασθενείς που έλαβαν θεραπεία για οξεία παραρρινοκοιλίτιδα, η επίπτωση της ρινορραγίας για το NASONEX<sup>®</sup> ήταν 3,3% έναντι 2,6% για το εικονικό φάρμακο και παρόμοια με αυτή που παρατηρήθηκε για τους ασθενείς με αλλεργική ρινίτιδα που έλαβαν θεραπεία. Σπάνια, μπορεί να εμφανισθούν άμεσες αντιδράσεις υπερευαίσθησίας, συμπεριλαμβανομένου του βρογχόσπασμου και της δύσπνοιας μετά την ενδορρινική χορήγηση μονοϋδρικής φουροϊκής μομεταζόνης. Πολύ σπάνια, αναφέρθηκαν αναφυλαξία και αγγειοοίδημα. Διαταραχές της γεύσης και της όσφρησης έχουν αναφερθεί πολύ σπάνια. Συστηματικές ενέργειες των ρινικών κορτικοστεροειδών μπορούν να εμφανισθούν, ιδιαίτερα όταν συνταγογραφούνται σε υψηλές δόσεις για παρατεταμένες περιόδους. **ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ:** Φαρμακευτικό προϊόν για το οποίο απαιτείται ιατρική συνταγή. **ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** MSD Α.Φ.Β.Ε.Ε., Αγίου Δημητρίου 63, 174 56 Αθήνα. **ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** ΕΠ/ΑΔΑ 13824/97/6-4-98. **ΕΙΔΙΚΗ ΑΔΕΙΑ** Κυκλοφορίας στην Κύπρο S00595. **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΕΚΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ:** Επ/ΑΔΑ: 6 Απριλίου 1998, Κύπρος Ειδική Άδεια Κυκλοφορίας: 9 Μαρτίου 2009. **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ (ΜΕΡΙΚΗΣ) ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ:** Επ/ΑΔΑ: 2 Ιουνίου 2011. Για την πλήρη περιήψη των χαρακτηριστικών του προϊόντος παρακαλούμε να απευθύνεστε στην MSD Α.Φ.Β.Ε.Ε. Επ/ΑΔΑ: Αγίου Δημητρίου 63, 174 56 Αθήνα, Τηλ.: 210 9897 300. **ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ:** 1FL: 12.05 €, 2FL: 22.12 €.

### Βιβλιογραφία:

1. Berkowitz R.B. et al. Allergy Asthma Proc. 1999 May-Jun;20(3):167-72
2. Anolik R. et al. Ann Allergy Asthma Immunol. 2008;100(3):264-271
3. Περιήψη Χαρακτηριστικών Προϊόντος NASONEX<sup>®</sup>
4. Minshall E. et al. Otolaryngol Head Neck Surg. 1998;118(5):648-54
5. Dendrorff H. Allergy 2008;63:1292-1300


Βοηθήστε να γίνουν τα φάρμακα πιο ασφαλή:  
Συμπληρώστε την "ΚΙΤΡΙΝΗ ΚΑΡΤΑ".  
Αναφέρατε:

- **ΟΛΕΣ** τις ανεπιθύμητες ενέργειες για τη Νέα Φάρμακα [N].
- **ΤΙΣ ΣΟΒΑΡΕΣ** ανεπιθύμητες ενέργειες για τα Γνωστά Φάρμακα.

## Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας **επαινεί το** **Πρόγραμμα της εταιρείας MSD** **το οποίο συμπληρώνει 25 χρόνια επιτυχούς συνεργασίας** **για την εξάλειψη της νόσου** **Ογκοκερκίασης γνωστής και ως** **τύφλωσης των ποταμών**

Η MSD - (γνωστή ως Merck στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και στον Καναδά), γιορτάζει με τους συνεργάτες της τα 25 χρόνια του Προγράμματος Δωρεάς MECTIZAN® (MDP), για τη σημαντική πρόοδο που σημειώθηκε στην εξάλειψη της τύφλωσης των ποταμών, μία από τις βασικές αιτίες τύφλωσης παγκοσμίως. Τον Οκτώβριο του 1987, η MSD αποφάσισε να δωρίσει όση ποσότητα φαρμάκου MECTIZAN (ivermectin) χρειαστεί και για όσο χρονικό διάστημα καταστεί αναγκαίο προκειμένου να εξλειφθεί η τύφλωση των ποταμών (ογκοκερκίαση). Το 1998, η Merck διέυρνε τη δράση του MDP προκειμένου να βοηθήσει στην εξάλειψη της λεμφικής φιλαρίασης στις χώρες της Αφρικής και την Υεμένη, όπου η νόσος συνυπάρχει με την τύφλωση των ποταμών.

Επί 25 χρόνια το MDP παρέχει δωρεάν το MECTIZAN για τη θεραπεία της τύφλωσης των ποταμών. Η νόσος μεταδίδεται με το τσίμπημα μύγας και μπορεί να προκαλέσει έντονο κνησμό, μόνιμες δερματικές και οφθαλμικές βλάβες και με την πάροδο του χρόνου, τύφλωση. Περισσότερες από ένα δισεκατομμύριο θεραπείες έχουν δωρηθεί σε περισσότερες από 117.000 κοινότητες σε 28 χώρες της Αφρικής, σε έξι χώρες της Λατινικής Αμερικής και την Υεμένη. Αυτή τη στιγμή η μετάδοση της νόσου έχει διακοπεί -δηλαδή δεν υπάρχει καταγραφή νέων περιστατικών- στις τέσσερις από τις έξι προσβληθείσες χώρες της Λατινικής Αμερικής και σε εννέα περιοχές πέντε χωρών της Αφρικής.




**25 ΧΡΟΝΙΑ ΤΩΡΑ**

ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ  
 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΩΡΕΑΣ MECTIZAN®  
 ΕΙΝΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙ ΟΡΑΤΑ

ΓΙΟΡΤΑΖΟΥΜΕ ΤΑ 25 ΧΡΟΝΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑΣ ΤΗΣ MSD ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ  
 ΤΗΣ ΤΥΦΛΩΣΗΣ ΤΩΝ ΠΟΤΑΜΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΛΕΦΑΝΤΙΑΣΗΣ

ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΤΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ  
 RIVERBLINDNESS.MSD.COM



## Η εταιρεία **ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Α.Ε.**

στην υπηρεσία των φαρμακοποιών



Η **ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Α.Ε.** ιδρύθηκε στην Αθήνα το 1990 και δραστηριοποιείται στον τομέα της αντιπροσώπευσης και εμπορίας χημικών και πρώτων υλών, εργαστηριακού εξοπλισμού, ιατροτεχνολογικών, νοσοκομειακών και παραφαρμακευτικών προϊόντων. Δέσμευση της αποτελεί η παροχή προϊόντων και υπηρεσιών με σταθερή υψηλή ποιότητα. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω διατήρησης καθορισμένων προτύπων ποιότητας σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων της.

Η Εταιρεία εφαρμόζει Σύστημα Ποιότητας σύμφωνα με τους Κανόνες Καλής Παραγωγής για Φαρμακευτικά Προϊόντα (Good Manufacturing Practice, GMP) και το διεθνές πρότυπο EN ISO 9001:2008. Περιλαμβάνει τη χρήση των βέλτιστων διαθέσιμων πόρων, τη συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού, τη θέσπιση αυστηρών προδιαγραφών ποιότητας και την εφαρμογή προγράμματος συνεχούς βελτίωσης.

Το Τμήμα Ελέγχου Ποιότητας διασφαλίζει την ποιότητα όλων των πρώτων υλών (εκδόχων και δραστικών ουσιών), πραγματοποιώντας ελέγχους ταυτοποίησης και καθαρότητας σε ένα σύγχρονο εργαστήριο πλήρως εξοπλισμένο με τελευταίας τεχνολογίας μηχανήματα. Οι βασικές αξίες της Εταιρείας από το ξεκίνημα της είναι η εξειδίκευση και η εστίαση στην ποιότητα, η δημιουργικότητα, η ακεραιότητα και οι συνεχείς επενδύσεις σε υποδομές, τεχνολογία και ανθρώπινο δυναμικό. Αντιμετωπίζει την ποιότητα όχι απλά ως ανταγωνιστικό όπλο ή ευκαιριακή αγορά, αλλά ως υπέρτατο στόχο.

## 3ο Διεθνές Συνέδριο Φαρμακοποιών στη Λισαβόνα με τη συμβολή της L' OREAL Cosmétique Active



Στις 3-4-5 Οκτωβρίου '12 στη Λισαβόνα, η **L' OREAL Cosmétique Active** πραγματοποίησε με μεγάλη επιτυχία το 3ο Διεθνές Συνέδριο Φαρμακοποιών με γενικό τίτλο: "Re-enchanting the Pharmacy" με συμμετοχές φαρμακοποιών από πολλές χώρες καθώς και από την Ελλάδα.

Στα πλαίσια αυτού του συνεδρίου αναπτύχθηκαν πολλά θέματα που απασχολούν τον Φαρμακοποιό και το σύγχρονο Φαρμακείο όπως:

- Ο μελλοντικός ρόλος του Φαρμακοποιού και τα εργαλεία ανάπτυξης που διαθέτει
- Νέος καταναλωτής-νέες προκλήσεις
- Ο ρόλος του marketing των αισθήσεων
- Ενισχύοντας τη «γοητεία» του φαρμακείου
- Ο ρόλος της COSMETIQUE ACTIVE στην ανάπτυξη του Φαρμακείου,

και πολλά άλλα αντίστοιχου ενδιαφέροντος θέματα.

Στα πλαίσια του συνεδρίου, βραβεύτηκαν από το κοινό των 600 και πλέον φαρμακοποιών που παρευρέθηκαν, τα καλύτερα projects από διάφορες χώρες.

Η Ελληνική αποστολή πήρε το πρώτο βραβείο στην κατηγορία DESIGN & MERCHANDISING με το φαρμακείο Σακόπουλος Θ.

Η COSMETIQUE ACTIVE την ιδιαίτερα δύσκολη αυτή περίοδο που διανύουμε, προσπαθεί και θα συνεχίσει πάντα, να δώσει στο φαρμακείο τις ιδέες και την προοπτική που του αξίζουν.

Για το λόγο αυτό, όλη αυτή η συμπυκνωμένη γνώση που παρουσιάστηκε στη Λισαβόνα, μπορεί να είναι διαθέσιμη σε εκείνους τους φαρμακοποιούς-συνεργάτες που το επιθυμούν. Έτσι μπορούν, είτε να συμμετέχουν στις ημερίδες που θα οργανωθούν για το σκοπό αυτό, είτε να λάβουν το αντίστοιχο υλικό σε ηλεκτρονική μορφή.

## Bausch + Lomb, Νέες κτιριακές εγκαταστάσεις

Η Bausch+Lomb Ελλάδος, ύστερα από 13 έτη παρουσίας στην ελληνική αγορά και στα πλαίσια ανάπτυξης και βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών, μεταφέρθηκε από τις 3 Σεπτεμβρίου σε νέες εγκαταστάσεις. Το νέο κτίριο βρίσκεται στο Κάτω Χαλάνδρι, επί της οδού Αποστολοπούλου 59B και στεγάζει τα παρακάτω τμήματα: Vision Care, Χειρουργικός Τομέας, Εξυπηρέτηση Πελατών, Οικονομική διεύθυνση και Κέντρο Αποθήκευσης και Διανομής Φακών Επαφής.

Το κτίριο περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, ένα πλήρως εξοπλισμένο επίπεδο όπου θα λειτουργεί το εκπαιδευτικό κέντρο της Bausch+Lomb. Πιο συγκεκριμένα διαθέτει εκπαιδευτικό εφαρμοστήριο φακών επαφής, αίθουσα επιμορφωτικών σεμιναρίων καθώς και εκπαιδευτικό κέντρο χειρουργικών επεμβάσεων. Σύντομα θα ανακοινωθεί το πρόγραμμα σεμιναρίων Vision Care για το 2013, στο οποίο θα μπορεί να συμμετέχει κάθε ενδιαφερόμενος.

Η Bausch+Lomb Ελλάδος θα συνεχίσει να λειτουργεί στα νέα κτίρια με περισσότερη ενέργεια και αφοσίωση στην αποστολή της, υπηρετώντας τη βασική της φιλοσοφία:

**Βλέπετε καλύτερα. Ζείτε καλύτερα.**



# Κουρασμένα πόδια; Φτιάξτε τους τη διάθεση!

## V-Vein της Health Aid

**Φυσικό τονωτικό για ξεκούραστα πόδια  
χωρίς πρήξιμο.**

Μοναδική φυτική σύνθεση με τζίνγκο, βιοφλαβονοειδή κίτρου, πολυφαινόλες σταφυλιού, τζίντζερ, βιταμίνη C & μπίλμπερρυ, που δρουν σαν αντιοξειδωτικά και διατηρούν δυνατές τις φλέβες & υγιές το κυκλοφορικό. Ανακουφίζει αποτελεσματικά τα πόδια από το πρήξιμο, την αίσθηση βάρους, την κούραση και τον πόνο που προκαλεί η κακή κυκλοφορία του αίματος στα άκρα, η πολύωρη ορθοστασία, η καθιστική εργασία, η παχυσαρκία και η κακή διατροφή.

**Με το V-Vein (Βι-Βέιν) της HealthAid αισθάνεστε δραστήριοι  
και αναζωογονημένοι ώστε να... πετάτε όλη μέρα.**



**Νέα σύνθεση με βιοφλαβονοειδή  
και επιλεγμένα βότανα**

A.K. ΕΟΦ 60624-27 /8/2012  
60tabs / 19.90€

**PHARMA CENTER**

Υγεία·Φροντίδα·Ομορφιά  
T: 210 960 4511, www.pharmacenter.gr

**HealthAid®**

VITAMIN SUPPLEMENTS

Health Aid LTD • Harrow • London • England



Η Φαρμακευτική Σχολή του Πανεπιστημίου Comenius στη Μπρατισλάβα Σλοβακίας ανακοινώνει ότι ο κ. Κωνσταντίνος Ζ. Μαυρίδης διορίστηκε ως ο Επίσημος Εκπρόσωπος της Φαρμακευτικής Σχολής στην Ελλάδα/Κύπρο. Οι ενδιαφερόμενοι υποψήφιοι

μπορούν από σήμερα να επικοινωνούν μαζί του, χωρίς καμία δαπάνη διαμεσολάβησης, για την προεγγραφή του ακαδημαϊκού έτους 2013-2014.

mavridis@essor.gr, www.fpharm.uniba.sk

Μπρατισλάβα, 1.11.2012

Ο Κοσμήτωρ της Φαρμακευτικής Σχολής

Prof.PharmDr. JanKyselovic, Ph.D

## Αυτοματοποιημένα

### Συστήματα Αποθήκης Φαρμακείου



Από τον Ιανουάριο του 2012 λειτουργεί με απόλυτη επιτυχία η πρώτη εγκατάσταση του Ρομποτικού Συστήματος Αυτοματοποιημένης Αποθήκης Φαρμακείου της Γερμανικής εταιρίας **APOSTORE** σε μεγάλο φαρμακείο της Αθήνας, το οποίο εξυπηρετεί περισσότερους από 500 πελάτες σε καθημερινή βάση. Η APOSTORE είναι από τις πρωτοπόρες εταιρείες παγκοσμίως στην κατασκευή αυτοματοποιημένων συστημάτων διαχείρισης παραγγελιών για ιδιωτικά φαρμακεία και φαρμακεία Νοσοκομείων και Κλινικών. Περισσότερες από 34 πατέντες και εφαρμογές κατοχυρωμένες με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας αποδεικνύουν περίτρανα τον καινοτόμο χαρακτήρα της εταιρείας. Απλουστεύοντας τη λειτουργία του φαρμακείου, σας προσφέρει νέα σειρά προϊόντων, βραβευμένα από το IF Γερμανίας για το σχεδιασμό τους, προσαρμοσμένα στις ιδιαίτερες ανάγκες σας, συνεχίζοντας έτσι με επιτυχία την εγκατάσταση συστημάτων από το 1986, χρονολογία που ανέπτυξε το πρώτο παγκοσμίως ρομποτικό λήψης προϊόντων για τη Gehe Pharma Handel GmbH.

Η APOSTORE αντιπροσωπεύεται σε Ελλάδα και Κύπρο από τη **LAS Solutions Ltd**. Η επιλογή της LAS Solutions στηρίχτηκε στην τεχνολογία και εξειδίκευσή της σε αυτοματοποιημένα συστήματα Logistics. Η τεχνική της ομάδα έχει μακρόχρονη διεθνή εμπειρία στην εγκατάσταση και τεχνική υποστήριξη συστημάτων αυτοματοποίησης σε φαρμακαποθήκες, αποθήκες καταναλωτικών προϊόντων καθώς και συστήματα διαχείρισης αποσκευών σε Αεροδρόμια.

## Ετήσιος Απολογισμός δραστηριοτήτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της MSD



Η MSD - (γνωστή ως Merck στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και στον Καναδά) εξέδωσε την ετήσια έκθεση για

το πρόγραμμα δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για το έτος 2011, σε ολόκληρο τον κόσμο. Οι τέσσερις βασικοί τομείς δραστηριοτήτων Κοινωνικής Ευθύνης στους οποίους έχει θέσει προτεραιότητα η MSD είναι η **Πρόσβαση στην Υγεία, το Περιβάλλον, οι Εργαζόμενοι και Δεοντολογία και Διαφάνεια**.

Πιο συγκεκριμένα:

- Τα προγράμματα που υλοποιεί η MSD ήρθαν σε επαφή με 273 εκατομμύρια ανθρώπους
- 51.600 εργαζόμενοι συμμετείχαν σε εκπαιδευτικά προγράμματα υγειονομικής περίθαλψης της εταιρείας
- 34,7 εκατομμύρια δολάρια επενδύθηκαν σε συνεργασίες για την αντιμετώπιση βασικών προβλημάτων υγείας
- Η MSD επένδυσε 8,5 δισεκατομμύρια δολάρια στην Έρευνα και Ανάπτυξη νέων φαρμάκων

Στην Ελλάδα, η MSD εφαρμόζει τη φιλοσοφία της παγκόσμιας Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αναπτύσσοντας σημαντικές δράσεις και στη χώρα μας. Οι δράσεις αυτές αφορούν στην ενίσχυση της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας, στην επίτευξη αριστείας στην έρευνα για νέες θεραπείες, στην ανάπτυξη προγραμμάτων ενημέρωσης και πρόληψης για σοβαρές ασθένειες, στην κατάθεση προτάσεων και λύσεων στον τομέα υγειονομικής πολιτικής και στην ενίσχυση των εγχώριων επενδύσεων.

## Η FARAN Laboratories S.A μετονομάζεται σε Angelini Pharma Hellas A.B.E.E

Από τον Απρίλιο του 2012 και μετά από 50 και πλέον χρόνια επιτυχημένης πορείας, η FARAN Laboratories S.A., μετονομάστηκε και συνεχίζει ως Angelini Pharma Hellas A.B.E.E. μέσα από μια δυναμική εξαγορά, που της δίνει τη δυνατότητα, να εκσυγχρονίσει τις λειτουργίες της και να συνεχίσει τη σταθερά ανοδική της πορεία.

Η Angelini ιδρύθηκε στην Ιταλία στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Τα φαρμακευτικά της προϊόντα κυκλοφορούν σε 60 χώρες σε όλο τον κόσμο και απασχολεί περί τους 3.700 εργαζόμενους.

Η Angelini δραστηριοποιείται σε 5 κύριους θεραπευτικούς τομείς: Καινοτόμα και πρωτότυπα φαρμακευτικά σκευάσματα, Γενόσημα φάρμακα, Μη συνταγογραφούμενα (OTC), Συμπληρώματα διατροφής καθώς και στα Παραφαρμακευτικά προϊόντα.



**MSD**

**10** χρόνια **No 1**  
στα τοπικά σκευάσματα  
κορτικοστεροειδών  
στην Ελλάδα\*

**Elocon<sup>®</sup>**  
MOMETASONE FUROATE

**Φλεγμονώδεις & Κνησμώδεις  
Δερματοπάθειες**

(όπως δερματίτιδα εξ' επαφής, ατοπικό έκζεμα, ψωρίαση  
και άλλες δερματοπάθειες που ανταποκρίνονται  
στα κορτικοστεροειδή)



**Γρήγορη δράση  
από την 1<sup>η</sup> εφαρμογή**  
(ακόμα και στο πρόσωπο)<sup>1</sup>



**Εξίσου ασφαλής  
με την υδροκορτιζόνη<sup>2</sup>**



**Μία μόνο εφαρμογή  
την ημέρα<sup>3</sup>**



\* IMS data, units, Years 2002-2011.  
IMS categories: D07A0, D07B1,  
D07B2, D07B3, D07B4



MSD Α.Φ.Β.Ε.Ε.

ΑΘΗΝΑ: Αγ. Δημητρίου 63, 174 56 Άλιμος, Τηλ.: 210 989 7300  
ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ: 9<sup>η</sup> χιλμ. Θεσ/νίκης-Θέρμης, 570 01 Πυλαία  
www.msd.gr

Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών MSD:

**800 11 33 333** (χωρίς χρέωση)  
**210 98 97 383**

## ELOCON® κρέμα, λοσιόν, αλοιφή

**ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΙΔΙΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΟΣ:** ELOCON®. **ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ** σε δραστικά συστατικά: Κάθε γραμμάριο ELOCON® κρέμας, αλοιφής και λοσιόν περιέχει 1mg mometasone furoate. **ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ:** Η ELOCON® κρέμα και αλοιφή 0,1% ενδείκνυται για την ανακούφιση των φλεγμονωδών και κνησμωδών εκδηλώσεων των δερματοπαθειών που ανταποκρίνονται στα κορτικοστεροειδή όπως είναι η ψωρίαση (πλήνη ψωρίασης κατά πλάκας, ψωρίασης παλαμών-πυλμάτων και ψωρίασης ανάστροφης), το ατοπικό έκζεμα, το νομισματοειδές έκζεμα, η δερματίτις εξ' επαφής, η μαστοκύτωση, ο ερυθηματώδης λίκος, η παραψωρίαση και η γυροειδής αλωπεκία. Η ELOCON® λοσιόν 0,1% ενδείκνυται για την ανακούφιση των φλεγμονωδών και κνησμωδών εκδηλώσεων των δερματοπαθειών του τριχωτού δέρματος π.χ. της κεφαλής που ανταποκρίνονται στα κορτικοστεροειδή, όπως είναι η ψωρίαση (πλήνη ψωρίασης κατά πλάκας, ψωρίασης παλαμών-πυλμάτων και ψωρίασης ανάστροφης), το ατοπικό έκζεμα, το νομισματοειδές έκζεμα, η δερματίτις εξ' επαφής, η μαστοκύτωση, ο ερυθηματώδης λίκος, η παραψωρίαση και η γυροειδής αλωπεκία. **ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ:** Η ELOCON® κρέμα, αλοιφή και λοσιόν 0,1% αντενδείκνυται σε ασθενείς με υπερευαίσθησία σε οποιοδήποτε από τα συστατικά αυτών των προϊόντων. Τα τοπικά σκευάσματα κορτικοστεροειδών δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούνται στην περίπτωση αδιάγνωστης δερματοπάθειας. Ακόμη, θα πρέπει να αποφεύγεται η χρήση τους σε περίπτωση ακμής, περιτοματικής δερματίτιδας, σε άτονα έλκη, αλλά και σε εγκαύματα, επειδή παρεμποδίζουν την επούλωση. Όπως και τα υπόλοιπα τοπικά κορτικοστεροειδή, η ELOCON® κρέμα, αλοιφή και λοσιόν 0,1% αντενδείκνυται επίσης σε ασθενείς που πάσχουν από βακτηριακές, ιογενείς (απλό έρπητα, ανεμοειλογιά, έρπητα ζωστήρα) ή μυκητιάσεις δερματικές λοιμώξεις. Η ELOCON® κρέμα, αλοιφή και λοσιόν 0,1% αντενδείκνυται επίσης σε ανεμοειλογιά, αντιδράσεις μετά από εμβολιασμό, φυματίωση και σύφιλη. **ΙΔΙΑΙΤΕΡΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΕΣ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ:** α. Να αποφεύγεται η μακροχρόνια χρήση στα παιδιά. Τα παιδιά είναι πιο επιρρεπή σε συστηματικές ανεπιθύμητες ενέργειες από τη χρήση τοπικών κορτικοστεροειδών, διότι μπορεί να απορροφήσουν μεγαλύτερες ποσότητες φαρμάκου, λόγω μεγαλύτερης επιφάνειας δέρματος σε σχέση με το βάρος σώματος. β. Όταν εφαρμόζεται στεγανή επίδεση, πρέπει να γίνεται σύσταση για καθαρισμό του δέρματος, ώστε να αποφευχθεί ενδεχόμενη επιμόλυνση. γ. Να μη γίνεται χρήση τοπικών κορτικοστεροειδών πέραν των τριών εβδομάδων, χωρίς επανεξέταση από δερματολόγο. δ. Μετά επανειλημμένη εφαρμογή, τουλάχιστον 10-15 ημερών, μπορεί να παρατηρηθεί προσωρινή μείωση ή απώλεια της δραστηριότητας των κορτικοστεροειδών (ιδίως των φθοριωμένων), λόγω ταχυφύλισης. Το φαινόμενο αυτό αποκαθίσταται μετά από διακοπή της χρήσης ολίγων ημερών ή εβδομάδων. ε. Στην ψωρίαση να χορηγούνται με φειδώ και με επίβλεψη ειδικού, διότι πέραν της προσωρινής ωφέλειας, μακροχρονίως και μετά τη διακοπή της θεραπείας υπάρχει κίνδυνος επιδείνωσης της νόσου. στ. Λόγω των ανεπιθύμητων ενεργειών από πιθανή απορρόφηση απαιτείται προσοχή όταν εφαρμόζεται σε μεγάλες επιφάνειες δέρματος ή σε παρατεταμένη χορήγηση ιδιαίτερα στα παιδιά καθώς και σε ασθενείς με βαριές νεφροπάθειες, αιμορραγική διάθεση και σε επικείμενους εμβολιασμούς. ζ. Γενικά, θα πρέπει να επιλέγεται το ολιγότερο ισχυρό κορτικοστεροειδές που θεωρείται αποτελεσματικό για την ένδειξη που προορίζεται και επί μη ανταποκρίσεως να χορηγείται άλλο ίδιο ισχύος ή μεγαλύτερης. η. Ενδέχεται να προκαλέσει καταρράκτη και γλαύκωμα όταν χρησιμοποιείται στην περιοχή πηλοσίων των οφθαλμών για παρατεταμένο χρονικό διάστημα. Αν γίνει τοπική χρήση στα βιόφραρα, χρειάζεται προσοχή ώστε το φάρμακο να μην έλθει σε επαφή με τον οφθαλμό. Δεν έχει τεκμηριωθεί η ασφάλεια της χρήσης του ELOCON® σε παιδιά για διάστημα μεγαλύτερο των 6 εβδομάδων. Υπάρχουν περιορισμένα δεδομένα για τη χρήση σε παιδιά κάτω των 2 ετών. Όπως και με όλα τα ισχυρά τοπικά κορτικοστεροειδή, αποφύγετε την απότομη διακοπή της θεραπείας. Όταν διακόπτεται η μακροχρόνια τοπική θεραπεία με ισχυρά γλυκοκορτικοειδή, μπορεί να εμφανιστεί ένα φαινόμενο εξ' αναπηδήσεως (rebound phenomenon) με την μορφή μιας δερματίτιδας με έντονη ερυθρότητα, νυγμώδη ήλη και καύσο. Αυτό μπορεί να προληφθεί με τη αργή μείωση της αγωγής, παραδείγματος χάριν συνεχίζοντας την αγωγή σε διακοπόμενη βάση πριν από την πλήρη διακοπή της. Παρακαλούμε έχετε υπόψη σας ότι τα κορτικοστεροειδή μπορεί να μεταβάλουν την εμφάνιση μερικών βλαβών και να δυσχεράνουν την τεκμηρίωση της κατάλληλης διάγνωσης και επίσης μπορεί να καθυστερήσουν την επούλωση. Η χρήση των λοσιόν πρέπει να γίνεται με προσοχή, δεδομένου ότι το συστατικό της προπυλενογλυκόλης είναι δυναμικά ερεθιστικό και δεδομένου ότι η ισοπροπυλική αλκοόλη μπορεί να προκαλέσει ένα αίσθημα καύσου αν εφαρμοστεί σε φλεγμένους περιοχές. **ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ: Τοπικές μετά μακροχρόνια τοπική χρήση:** Οι ανεπιθύμητες ενέργειες που έχουν αναφερθεί με τα ισχυρά τοπικά κορτικοστεροειδή στις θέσεις εφαρμογής τους, είναι: Αίσθημα καύσου, κνησμός, ερεθισμός, ξηρότητα, θυλακίτιδα, υπομελάγχρωση, ήλη του δέρματος, τελαγγειεκτασίες. Τροποποίηση της κλινικής εικόνας επί λανθασμένης χρήσης (μυκητιάσεις, ψώρα). Δευτεροπαθής ροίμωξη, τοπικές μικροβιακές ροιμώξεις (έναρξη λανθάνουσας ροίμωξης ή επιδείνωση εξηλισσόμενης), μυκητιασικές ροιμώξεις, διευκόλυνση της έναρξης μολυσματικής

τερμίνθου και οξυτενών κωνδυλωμάτων. Αναστολή της επούλωσης τραυμάτων, ακμοειδή στοιχεία, φλυκταινίδια, θερμική ιδρώδα, περιτοματική δερματίτις, εξάνθημα υπό μορφή ροδόχρου ακμής, υποτροπή φλυκταινώδους ψωρίασης επί διακοπής της θεραπείας (Rebound Phenomenon), ατροφία του δέρματος υπό μορφή ουλής, γραμμοειδείς ραβδώσεις, ευρυαγγείες, πορφυρικά εξανθήματα, ερύθημα διάχυτο, βλατιδο-φυσσαλλιδώδη άτυπα εξανθήματα, αλλεργική υπερευαίσθησία, τοπική υπερτροφία. Αν εμφανισθούν συμπτώματα υπερευαίσθησίας, θα πρέπει η χορήγηση να σταματήσει αμέσως. Οι παραπάνω ανεπιθύμητες ενέργειες δεν είναι συνήθεις, αλλά μπορεί να εμφανισθούν συχνότερα με τη χρήση στεγανής επίδεσης ή μετά από μακροχρόνια τοπική χρήση. **Γενικές μετά μακροχρόνια τοπική χρήση:** Καταστολή της λειτουργίας του φλοιο-επινεφριδικού άξονα, πτώση του επιπέδου της κορτιζόλης στο πλάσμα-σύνδρομο CUSHING. Οποιαδήποτε από τις ανεπιθύμητες αντιδράσεις που έχουν αναφερθεί με την συστηματική χορήγηση κορτικοστεροειδών, συμπεριλαμβανομένης της καταστολής των επινεφριδίων, μπορεί επίσης να εμφανιστεί με τα τοπικά κορτικοστεροειδή, ιδιαίτερα σε βρέφη και παιδιά. **ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ:** Φαρμακευτικό προϊόν για το οποίο απαιτείται ιατρική συνταγή. **ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** MSD Α.Φ.Β.Ε.Ε. Αγίου Δημητρίου 63, ΑΛΙΜΟΣ. **ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** ELOCON® κρέμα: 10681/89/22-6-90. ELOCON® αλοιφή: 10682/89/22-6-90. ELOCON® λοσιόν: 10683/89/22-6-90. **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ/ΑΝΑΝΕΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** 22 Ιουνίου 1990. **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ (ΜΕΡΙΚΗΣ) ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ:** 30 Σεπτεμβρίου 2010. Για την πλήρη περιήψη των χαρακτηριστικών του προϊόντος, παρακαλούμε να απευθύνεστε στην MSD Ελλάδα, Αγίου Δημητρίου 63, 174 56, Άλιμος. Τηλ.: 210 9897 300. **ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ:** ELOCON® κρέμα Alum.tube x 30g 5.27€. ELOCON® αλοιφή Alum.tube x 30g 6.49€. ELOCON® λοσιόν Pl. Bottle x 30ml 5.12€.

### Βιβλιογραφία:

1. Lebwohl M. et al. Int J Dermatol 1993;32(11):830-1
2. Vernon H.J. et al. J Amer Dermatol 1991;24:603-7
3. Περιήψη Χαρακτηριστικών Προϊόντος ELOCON®

Βοηθήστε να γίνουν τα φάρμακα πιο ασφαλή:  
Συμπληρώστε την "ΚΙΤΡΙΝΗ ΚΑΡΤΑ".  
Αναφέρατε:

- ΟΛΕΣ τις ανεπιθύμητες ενέργειες για τα Νέα Φάρμακα [N].
- Τις ΣΟΒΑΠΕΣ ανεπιθύμητες ενέργειες για τα Γνωστά Φάρμακα.



## 2 νέες μοναδικές προσφορές από τη Frezyderm Hair Line για την περιποίηση των ξηρών και των λιπαρών μαλλιών

Η Frezyderm δημιούργησε δύο νέες κασετίνες περιποίησης για τις απαιτήσεις των ξηρών και αφυδατωμένων καθώς και των λιπαρών μαλλιών. Τα εξειδικευμένα προϊόντα **Hair Repair** για τα ξηρά μαλλιά και **Seb Excess** για τα λιπαρά, με πρώτες ύλες φαρμακευτικής καθαρότητας, καινοτόμες συνθέσεις δραστικών βιοτεχνολογικών μορίων και βιοενεργών φυτικών εκχυλισμάτων και χωρίς συντηρητικά Parabens, προσφέρουν αποτελεσματική περιποίηση στα μαλλιά, για να είναι και να φαίνονται υγιή!

- Για την εντατική περιποίηση και αναδόμηση των ξηρών και κατεστραμμένων μαλλιών, υπάρχει το ενισχυμένο σύστημα περιποίησης, σε κασετίνα που περιλαμβάνει τη Hair Repair Mask με δώρο το Hair Repair Shampoo 100ml.
- Για την περιποίηση των απαιτητικών λιπαρών μαλλιών, υπάρχει η κασετίνα που περιλαμβάνει το Seb Excess Conditioner με δώρο το Seb Excess Shampoo 100ml.



## DELKAT PHARMA Αναβάθμιση ταυτότητας φαρμακείων από την

### DELKAT Pharma

Η εταιρεία **DELKAT Pharma** θέτει ως άμεση προτεραιότητα της, την ανάδειξη της ταυτότητας των φαρμακείων – πελατών της, με στόχο την ανάπτυξη πωλήσεων, και την προώθηση και προβολή των υπηρεσιών τους. Τους τελευταίους μήνες, η εταιρεία έχει ασχοληθεί με τους τομείς της ολικής ανακαίνισης, επένδυσης στην εξωτερική εικόνα φαρμακείων και με τη διοργάνωση εκδηλώσεων για την προβολή υπηρεσιών αλλά και εποχιακών προϊόντων.

Ο σχεδιασμός της εξωτερικής όψης πραγματοποιείται με νέα πρωτοποριακά σχέδια και την προβολή μηνυμάτων στη βιτρίνα. Η εικόνα του κάθε φαρμακείου είναι για εμάς μοναδική και σχεδιάζεται σύμφωνα με τις ανάγκες του φαρμακοποιού και το μήνυμα που θέλει να προβάλλει. Η τοποθέτηση ειδικών κατασκευών, αυτοκόλλητων στη βιτρίνα, αλλά κι η δημιουργία ενημερωτικών φυλλαδίων για θέματα συμβουλών υγείας, ενισχύει και διαφοροποιεί τον πελάτη μας.

Τέλος, σε φαρμακεία διοργανώθηκαν εκδηλώσεις όπου οι πελάτες τους είχαν τη δυνατότητα να ενημερωθούν για εποχιακά προϊόντα και για θέματα συμβουλών πάνω στις εποχιακές παθήσεις. Εντυπωσιακά ήταν τα αποτελέσματα από το πρόγραμμα αναβάθμισης της εικόνας των φαρμακείων βάσει περσιών μετρήσεων, από τις οποίες διαπιστώθηκε η αύξηση της επισκεψιμότητας στο φαρμακείο, των πωλήσεων αλλά και της πιστότητας των πελατών, ακολουθώντας τις συμβουλές και τη μεθοδολογία της DELKAT pharma.

## Η Pfizer εγκαινιάζει τον πρώτο διαδικτυακό χώρο για την υγεία του πυελικού εδάφους για επαγγελματίες υγείας



Η Pfizer εγκαινιάζει τη λειτουργία του [www.BLADDERMED.gr](http://www.BLADDERMED.gr), ενός νέου διαδικτυακού τόπου ενημέρωσης και υποστήριξης για επαγγελματίες υγείας. Στόχος του BLADDERMED είναι να παρέχει στους επαγγελματίες υγείας εργαλεία, ενημερωτικό υλικό και υπηρεσίες για την καλύτερη διαχείριση των ασθενών, στους τομείς της υγείας του πυελικού εδάφους και της ουρολογίας.

Οι κύριες ενότητες του BLADDERMED περιλαμβάνουν:

- Εξειδικευμένες πληροφορίες για την υγεία του πυελικού εδάφους – παρουσιάσεις και σημαντικά στιγμιότυπα συζητήσεων για τη διαχείριση των διαταραχών της υγείας του πυελικού εδάφους.
- Ερωτηματολόγια ασθενών που διευκολύνουν τη διάγνωση του συνδρόμου υπερδραστήριας ουροδόχου κύστης (OAB) και της επιτακτικού τύπου ακράτειας (UUI).
- Εργαλεία επικοινωνίας με τους ασθενείς με στόχο τη διευκόλυνση της επικοινωνίας του επαγγελματία υγείας με τον ασθενή.
- Βίντεο με επιλεγμένα στιγμιότυπα, όπου παρουσιάζονται χειρουργικές μέθοδοι και επεμβάσεις στους τομείς της ουρολογίας και της γυναικολογίας.

Το περιεχόμενο θα ενημερώνεται τακτικά, ενώ κατά τους επόμενους μήνες θα ακολουθήσουν νέες προσθήκες, όπως ιατρικό ενημερωτικό υλικό και παρουσιάσεις δεδομένων από σημαντικά συνέδρια και εκδηλώσεις.

## Πανερωπαϊκή Διάκριση για την MSD Ελλάδα στα Βραβεία Ενεργοί Πολίτες της Ευρώπης (ACE Awards) 2012

στην Φλωρεντία



Η **MSD** Ελλάδα τιμήθηκε με το Βραβείο Αριστείας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ACE 2012, ανάμεσα σε υποψηφίους από 47 κράτη-μέλη του Συμβουλίου της Ευρώπης, την Παρασκευή 19η Οκτωβρίου στη Φλωρεντία για την ενεργό συμμετοχή της, στην Καμπάνια Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης του κοινού **Ηπατίτιδα C: Εγώ γνωρίζω και προσέχω! Εσύ;** η οποία υλοποιήθηκε από την ΜΚΟ PRAKSIS με την επιστημονική υποστήριξη της Ελληνικής Εταιρείας Μελέτης Ήπατος (ΕΕΜΗ).

Κατά τη διάρκεια Τελετής Απονομής των Βραβείων που έγιναν στο Palazzo dei Medici στη Φλω-

ρεντία, η κα Σέβη Σφακιανάκη Communication & Public Affairs Manager της MSD Ελλάς, μίλησε για την σημασία που αποδίδει η εταιρία στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο και την πάγια δέσμευσή της στην προσπάθεια που καταβάλει με κάθε τρόπο –ερευνητικό και φιλανθρωπικό– να είναι όλοι οι άνθρωποι καλά, σε κάθε σημείο του πλανήτη. «*Το βραβείο αυτό αποτελεί μια ξεχωριστή βράβευση για τη MSD και τιμή για όλους όσοι εργάστηκαν προκειμένου το μήνυμα της πρόληψης για την Ηπατίτιδα C να φτάσει σε μεγάλο μέρος του Ελληνικού πληθυσμού. Θα συνεχίσουμε να δουλεύουμε εντατικά προς αυτήν την κατεύθυνση και να στηρίζουμε ενέργειες που στόχο έχουν να βελτιώνουν την υγεία των ανθρώπων*».

## Επιστημονική εκδήλωση ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε - MSD

Στις 24 Οκτωβρίου 2012 πραγματοποιήθηκε στο ξενοδοχείο Intercontinental, επιστημονική εκδήλωση του Ομίλου ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε σε συνεργασία με τη φαρμακευτική εταιρία MSD με άκρως ενδιαφέρουσες ομιλίες με μεγάλη προσέλευση φαρμακείων.

Κατά την έναρξη της εκδήλωσης, ο Πρόεδρος του ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε κ. Ανδρέας Γαλανόπουλος καλωσόρισε τους παρευρισκόμενους και στη συνέχεια αναφέρθηκε στις δυσχέρειες και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η φαρμακευτική αγορά, επισημαίνοντας τις βιώσιμες λύσεις και τις προτάσεις του Ομίλου ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε. Ακολούθησαν οι ομιλίες του Διευθυντή BU Diversified Brands της MSD κ. Χρήστου Παπαδόπουλου, καθώς και των ιατρών για επιστημονικές πληροφορίες και αναλύσεις.

Στη συνέχεια ο κ. Τριανταφύλλου, Customer Engagement Director της MSD επισήμανε την ανάγκη άμεσης και έγκυρης επιστημονικής ενημέρωσης μέσω του διαδικτύου. Τέλος έκλεισε την εκδήλωση ο κ. Δημήτρης Τριανταφυλλίδης, Γενικός Γραμματέας του Ομίλου ΠΡΟ.ΣΥ.Φ.Α.Π.Ε και Πρόεδρος της ΠΑΝ.ΣΥ.ΦΑ για το νέο επαναστατικό προϊόν θωράκισης του οργανισμού IMMIFLEX, αποκλειστικής διάθεσης και διανομής από τον εμπορικό βραχίονα των συνεταιρισμών μας τη ΠΑΝ.ΣΥ.ΦΑ στην ελληνική αγορά.

Μετά το πέρας της εκδήλωσης ακολούθησε ένα ευχάριστο δείπνο με πολλές συζητήσεις γύρω από τα θέματα που αναλύθηκαν, καθώς και για τα φλέγοντα ζητήματα της επικαιρότητας του φαρμακευτικού κλάδου.



# AERIUS®

desloratadine



## 1 Αλλεργική Ρινίτιδα

ενήλικες και παιδιά από 1 έτους

## 2 Κνίδωση

ενήλικες και παιδιά από 1 έτους



**Ταχεία αποσυμφόρηση**  
(σε 28' στην Εποχική Αλλεργική Ρινίτιδα)  
και **αναστολή των πομφών**  
(σε 15' στην Κνίδωση)<sup>1,2</sup>



**Καμία αλληλεπίδραση**  
με **φάρμακα, τροφές ή αλκοόλ**<sup>3</sup>



**Το μοναδικό νεότερης γενιάς**  
**αντιισταμινικό στην Ελλάδα**  
με **έγκριση χορήγησης σε πιλότους**<sup>4</sup>



Τα διασπειρόμενα δισκία προσφέρουν ευκολία στη λήψη ακόμα και **χωρίς νερό**



MSD Α.Φ.Β.Ε.Ε.

ΑΘΗΝΑ: Αγ. Δημητρίου 63, 174 56 Άλιμος, Τηλ.: 210 989 7300

ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ: 9<sup>ο</sup> χλμ. Θεο/νίκης-Θέρμης, 570 01 Πυλαία

www.msd.gr

Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών MSD:

**800 11 33 333** (χωρίς χρέωση)

**210 98 97 383**



## AERIUS® δισκία - AERIUS® πόσιμο διάλυμα

**ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ:** Aerius 5mg επικαλυμμένα με λεπτό υμένιο δισκία. Aerius 0,5mg/ml πόσιμο διάλυμα. **ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ.** Δισκία. Κάθε δισκίο περιέχει 5mg δεσλοραταδίνη. Πόσιμο διάλυμα. Κάθε ml πόσιμου διαλύματος περιέχει 0,5mg δεσλοραταδίνη. **ΦΑΡΜΑΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΜΟΡΦΗ.** 1. Επικαλυμμένα με λεπτό υμένιο δισκία. 2. Πόσιμο διάλυμα. **ΚΛΙΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ:** Θεραπευτικές ενδείξεις: Το Aerius ενδείκνυται για την ανακούφιση των συμπτωμάτων που σχετίζονται με: • αλλεργική ρινίτιδα (AP) • κνίδωση. Δοσολογία και τρόπος χορήγησης: Δισκία: Ενήλικες και έφηβοι (12 ετών και άνω): ένα δισκίο Aerius μία φορά την ημέρα, με ή χωρίς γεύμα για την ανακούφιση των συμπτωμάτων που σχετίζονται με αλλεργική ρινίτιδα (συμπεριλαμβανομένων της διαλείπουσας και επιμένουσας αλλεργικής ρινίτιδας) και κνίδωσης. Πόσιμο διάλυμα: Παιδιά ηλικίας 1 έως 5 ετών: 2,5ml (1,25mg) πόσιμο διάλυμα Aerius μία φορά την ημέρα. Παιδιά ηλικίας 6 έως 11 ετών: 5ml (2,5mg) πόσιμο διάλυμα Aerius μία φορά την ημέρα. Ενήλικες και έφηβοι (ηλικίας 12 ετών και άνω): 10ml (5mg) πόσιμο διάλυμα Aerius μία φορά την ημέρα ή ένα δισκίο Aerius μία φορά την ημέρα, με ή χωρίς γεύμα για την ανακούφιση των συμπτωμάτων που σχετίζονται με αλλεργική ρινίτιδα (συμπεριλαμβανομένων της διαλείπουσας και επιμένουσας αλλεργικής ρινίτιδας) και κνίδωσης. Το Aerius μπορεί να λαμβάνεται ανεξάρτητα από τα γεύματα για την ανακούφιση των συμπτωμάτων που σχετίζονται με αλλεργική ρινίτιδα (AP) (συμπεριλαμβανομένων της διαλείπουσας και επιμένουσας αλλεργικής ρινίτιδας) και κνίδωσης. Ο συνταγογράφος πρέπει να είναι ενήμερος ότι οι περισσότερες περιπτώσεις ρινίτιδας σε άτομα ηλικίας κάτω των 2 ετών είναι μολυσματικής προέλευσης και δεν υπάρχουν δεδομένα τα οποία να υποστηρίζουν τη θεραπεία μολυσματικής ρινίτιδας με Aerius. Η διαλείπουσα αλλεργική ρινίτιδα (παρούσα στις συμπτώματα για λιγότερο από 4 ημέρες ανά εβδομάδα ή για λιγότερο από 4 εβδομάδες) θα πρέπει να διαχειρίζεται σε συμφωνία με την αξιολόγηση του ιστορικού της νόσου του ασθενή και η θεραπεία θα μπορεί να τερματιστεί αφού τα συμπτώματα έχουν υποχωρήσει και να επανεκτιμηθεί με την επανεμφάνισή τους. Στην επιμένουσα αλλεργική ρινίτιδα (παρούσα στις συμπτώματα για 4 ημέρες ή περισσότερες ανά εβδομάδα για περισσότερο από 4 εβδομάδες), μπορεί να προταθεί στους ασθενείς συνεχής θεραπεία κατά τη διάρκεια των περιόδων αλλεργιολογικού έκθεσης. Αντενδείξεις: Υπερευαίσθησα στη δραστική ουσία, σε κάποιο από τα έκδοχα, ή στη λοραταδίνη. **ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ:** Δισκία: Η αποτελεσματικότητα και ασφάλεια των δισκίων Aerius σε παιδιά κάτω των 12 ετών δεν έχει τεκμηριωθεί. Στην περίπτωση βαριών εκπτώσεων της νεφρικής λειτουργίας το Aerius θα πρέπει να χρησιμοποιείται με προσοχή. Ασθενείς με οπτικά κληρονομικά προβλήματα δυσανεξίας στη γαλακτόζη, με ανεπάρκεια λακτάσης του Lapp ή με δυσασπρόφραση γλυκόζης-γαλακτόζης δεν θα πρέπει να λαμβάνουν αυτό το φάρμακο. Πόσιμο διάλυμα: Η αποτελεσματικότητα και ασφάλεια του Aerius πόσιμου διαλύματος σε παιδιά ηλικίας κάτω των 1 έτους δεν έχει τεκμηριωθεί. Σε παιδιά κάτω των 2 ετών, η διάγνωση της αλλεργικής ρινίτιδας είναι ιδιαίτερα δύσκολη να διακριθεί από άλλους τύπους ρινίτιδας. Η απουσία ρινορραγίας της ανώτερης αναπνευστικής οδού ή οργανικής αναμάλισής, καθώς επίσης το ιστορικό του ασθενούς, φυσιολογικές εξετάσεις και κατάλληλες εργαστηριακές και βιοχημικές δοκιμασίες θα πρέπει να ληφθούν υπόψη. Περίπου 6 % ενηλίκων και παιδιών ηλικίας 2-11 ετών παρουσιάζουν φυσιολογικό παχικό μεταβολισμό της δεσλοραταδίνης και εμφανίζουν υψηλότερη έκθεση. Η ασφάλεια του πόσιμου διαλύματος Aerius σε παιδιά ηλικίας 2-11 ετών που εμφανίζουν παχικό μεταβολισμό είναι η ίδια όπως σε παιδιά που εμφανίζουν φυσιολογικό μεταβολισμό. Οι δράσεις του πόσιμου διαλύματος Aerius σε άτομα με παχικό μεταβολισμό ηλικίας <2 ετών δεν έχουν μελετηθεί. Στην περίπτωση βαριών εκπτώσεων της νεφρικής λειτουργίας το Aerius θα πρέπει να χρησιμοποιείται με προσοχή. Αυτό το φαρμακευτικό προϊόν περιέχει σουβρωλίτη. Ως εκ τούτου, δεν θα πρέπει να λαμβάνουν αυτό το φάρμακο ασθενείς με οπτικά κληρονομικά προβλήματα μη ανεκτικότητας στη φρουκτόζη, με δυσασπρόφραση της γλυκόζης-γαλακτόζης ή ανεπάρκεια της σουκρόζης-ισομαλτόζης. **ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕ ΆΛΛΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΆΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗΣ:** Δεν έχουν παρατηρηθεί κλινικά σχετιζόμενες αλληλεπιδράσεις σε κλινικές δοκιμές με διακία Aerius στις οποίες συγχρηγήθηκαν ερυθρομυκίνη ή κετοκοναζόλη. Σε μια κλινική φαρμακολογική δοκιμή το Aerius λαμβανόμενο ταυτόχρονα με αλκοόλη δεν ενίσχυσε τις επιδράσεις του οινοπνεύματος στη μείωση της απόδοσης. **Κύηση και γαλουχία:** Η δεσλοραταδίνη δεν ήταν τερατογόνος σε μελέτες με ζώα. Η ασφαλής χρήση του φαρμακευτικού προϊόντος κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης δεν έχει τεκμηριωθεί. Για το λόγο αυτό, η χρήση του Aerius κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης δεν συστάται στις γυναίκες που θηλάζουν. **Επιδράσεις στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανών:** Σε κλινικές μελέτες που εκτιμήθηκε η ικανότητα οδήγησης, δεν επηρεάστηκε η ικανότητα οδήγησης σε ασθενείς οι οποίοι ελάμβαναν δεσλοραταδίνη. Ωστόσο, οι ασθενείς θα πρέπει να ενημερώνονται ότι, πολύ σπάνια, παρουσιάζει υπνηλία σε ορισμένα άτομα, η οποία μπορεί να επηρεάσει την ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων. **ΑΝΕΠΙΘΥΜΗΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ:** Δισκία: Σε κλινικές δοκιμές σε ένα έργο ενδείξεων που περιελάμβαναν αλλεργική ρινίτιδα και χρόνια ιδιοπαθή κνίδωση, συνιστώμενη δόση των 5mg ημερησίως, ανεπιθύμητες ενέργειες με το Aerius αναφέρθηκαν σε 3% επιπλέον των ασθενών που έλαβαν αγωγή με εικονικό φάρμακο. Οι συνθέστερες ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρθηκαν επιπλέον του εικονικού φαρμάκου ήταν κόπωση (1,2%), έμετος (0,8%) και πονοκέφαλος (0,6%). Άλλες ανεπιθύμητες ενέργειες αναφερόμενες πολύ σπάνια κατά την κυκλοφορία είναι: ψευδοαρθρίτις, ζάλη, υπνηλία, αϋνία, ψυχοκινητική υπερκινητικότητα, επιληπτικές κρίσεις, ταχυκαρδία, αίσθημα παλμών, κοιλιακό άλγος, ναυτία, έμετος, δυσπεψία, διάρροια, υπηλά πιαστικό ένζυμο, αυξημένη χοληστερίνη, ηπατίτιδα, μυαλγία, αντιδράσεις υπερευαίσθησας (όπως αναφυλαξία, αγγειοοίδημα, δύσπνοια, κνήμες, εξάνθημα, και κνίδωση). Πόσιμο διάλυμα: Στο πλαίσιο κλινικών δοκιμών σε παιδιατρικό πληθυσμό, η μορφή σιροπιού δεσλοραταδίνης χορηγήθηκε σε σύνολο 246 παιδιών ηλικίας 6 μηνών έως 11 ετών. Η συνοχική ανωχότητα εμφανίστηκε των ανεπιθύμητων ενεργειών σε παιδιά 2 έως 11 ετών ήταν παρόμοια για τη δεσλοραταδίνη και τις ομάδες εικονικού φαρμάκου. Σε βρέφη και νήπια ηλικίας από 6 έως 23 μηνών οι πιο συχνές ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρθηκαν επιπλέον του εικονικού φαρμάκου ήταν διάρροια (3,7%), πυρετός (2,3%) και αϋνία (2,3%). Σε μια πρόσθετη μελέτη, δεν παρατηρήθηκαν ανεπιθύμητες ενέργειες σε άτομα ηλικίας μεταξύ 6 και 11 ετών κοπιν ήπιους μίας εφάπαξ δόσης 2,5mg πόσιμου διαλύματος δεσλοραταδίνης. Υπερδοσολογία: Σε περίπτωση υπερδοσολογίας, ακολουθείται η συνήθη μέτρα για την απομάκρυνση της δραστικής ουσίας που δεν έχει απορροφηθεί. Συνιστάται συμπτωματική και υποστηρικτική αγωγή. Βάσει κλινικών δοκιμών πολλήπληθής δόσης, στην οποία χορηγήθηκαν έως και 45mg δεσλοραταδίνης (έναν φορές η κλινική δόση), δεν παρατηρήθηκαν σχετικές κλινικές αντιδράσεις. Η δεσλοραταδίνη δεν αποβάλλεται με την αιμοκάθαρση. Δεν είναι γνωστό εάν αποβάλλεται με την περιτοναϊκή κάθαρση. **ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ:** Διάρκεια ζωής: 2 χρόνια. Ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά την φύλαξη του προϊόντος: Μη φυλάσσεται σε θερμοκρασία μεγαλύτερη των 30°C. Φυλάσσεται στην αρχική συσκευασία. Φύση και στατιστικά του προϊόντος: Το Aerius δισκία διατίθεται σε κυψέλες μεμονωμένων δόσεων που περιλαμβάνονται σε χωρισμένο φύλλο κυψέλης καλυμμένο με αθουμινόχαρτο. Το πόσιμο διάλυμα Aerius διατίθεται σε υδατίνες σκευασμένες φιάλες τύπου III των 150ml, που κλείνουν με ένα ηηστικό βιδωτό καπάκι απροσβλήσιμο από τα παιδιά (C/R), που έχει ένα υπόσημο πολλήπληθών στρώσεων με επικάλυψη πολυαιθυλενίου. Για την συσκευασία των 150ml παρέχεται ένα δοσομετρικό κουτάλι για χορήγηση από στόματος, με καθορισμένες δόσεις στα 2,5ml και 5ml. **ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ:** Φαρμακευτικό προϊόν για το οποίο απαιτείται ιατρική συνταγή. **ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** Merck Sharp & Dohme Ltd, Hertfordshire EN11 9BU, Ηνωμένο Βασίλειο. **ΑΡΙΘΜΟΙ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** Δισκία: EU/1/00/160/011, πόσιμο διάλυμα: EU/1/00/160/069. **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΡΙΣΗΣ/ΑΝΑΕΘΩΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ:** Ημερομηνία πρώτης έγκρισης: 15 Ιανουαρίου 2001. Ημερομηνία τελευταίας ανανέωσης: 15 Ιανουαρίου 2006. **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ:** 5 Σεπτεμβρίου 2012. Για την πλήρη περίληψη των χαρακτηριστικών του προϊόντος παρακαλούμε να απευθύνεστε στην MSD Α.Φ.Β.Ε. Ελλάδα, Αγίου Δημητρίου 63, 174 56 Αθήνας, Τηλ.: 210 9897 300. Λεπτομερή πληροφοριακά στοιχεία για το προϊόν είναι διαθέσιμα στην ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φαρμάκων (EMA) <http://www.emea.europa.eu>. **ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ:** Aerius δισκία: 9.97€. Aerius πόσιμο διάλυμα: 6.27€.

## AERIUS® διασπείρομενα δισκία

**1. ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ:** Aerius 2,5mg και 5mg δισκία διασπείρομενα στο στόμα. **2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ:** Κάθε δόση του Aerius δισκίου διασπείρομενου στο στόμα περιέχει 2,5mg ή 5mg δεσλοραταδίνη. Για τον πλήρη κατάλογο των εκδόχων, βλ. παράγραφο 6.1. **3. ΦΑΡΜΑΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:** Δισκίο διασπείρομενο στο στόμα. Ελαφρώς κόκκινα, επίπεδης όψης, στρογγυλά, δισκία διακρίνονται με τη μία πλευρά εντυπωμένη με «K» (2,5mg), με «A» (5mg). **4. ΚΛΙΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ.** **4.1 Θεραπευτικές ενδείξεις:** Το Aerius ενδείκνυται για την ανακούφιση των συμπτωμάτων που σχετίζονται με: αλλεργική ρινίτιδα (βλ. παράγραφο 5.1) • κνίδωση. **4.2 Δοσολογία και τρόπος χορήγησης:** Παιδιά ηλικίας 6 έως 11 ετών: ένα Aerius δισκίο διασπείρομενο στο στόμα των 2,5mg τοποθετημένο στο στόμα μία φορά την ημέρα για την ανακούφιση των συμπτωμάτων που σχετίζονται με αλλεργική ρινίτιδα (συμπεριλαμβανομένων της διαλείπουσας και επιμένουσας αλλεργικής ρινίτιδας) και κνίδωσης (βλ. παράγραφο 5.1). Ενήλικες και έφηβοι (12 ετών και άνω): ένα Aerius δισκίο διασπείρομενο στο στόμα των 5mg (ή δυο Aerius δισκία διασπείρομενα στο στόμα των 2,5mg), τοποθετημένο στο στόμα μία φορά την ημέρα για την ανακούφιση των συμπτωμάτων που σχετίζονται με αλλεργική ρινίτιδα (συμπεριλαμβανομένων της διαλείπουσας και επιμένουσας αλλεργικής ρινίτιδας) και κνίδωση (βλ. παράγραφο 5.1). Η δόση μπορεί να ληφθεί ανεξάρτητα από τον ώρα του γεύματος. Υπάρχει περιορισμένη εμπειρία για την αποτελεσματικότητα σε κλινικές δοκιμές με τη χρήση της δεσλοραταδίνης σε εφήβους ηλικίας 6 έως και 17 ετών (βλ. παραγράφους 4.8 και 5.1). Η διαλείπουσα αλλεργική ρινίτιδα (παρούσα στις συμπτώματα για λιγότερο από 4 ημέρες ανά εβδομάδα ή για λιγότερο από 4 εβδομάδες) θα πρέπει να διαχειρίζεται σε συμφωνία με την αξιολόγηση του ιστορικού της νόσου του ασθενή και η θεραπεία θα μπορεί να τερματιστεί αφού τα συμπτώματα έχουν υποχωρήσει και να επανεκτιμηθεί με την επανεμφάνισή τους. Στην επιμένουσα αλλεργική ρινίτιδα (παρούσα στις συμπτώματα για 4 ημέρες ή περισσότερες ανά εβδομάδα για περισσότερο από 4 εβδομάδες), μπορεί να προταθεί στους ασθενείς συνεχής θεραπεία κατά τη διάρκεια των περιόδων αλλεργιολογικού έκθεσης. Αμείωσα πριν από τη χρήση, πρέπει να ανοιχθεί προσεκτικά η κυψέλη και να αφαιρεθεί η δόση του δισκίου διασπείρομενου στο στόμα χωρίς να συσπυρθεί. Η δόση του δισκίου διασπείρομενου στο στόμα τοποθετείται στο στόμα όπου και διαλύεται αμέσως. Δεν απαιτείται νερό ή άλλο υγρό για την κατανόηση της δόσης. Η δόση λαμβάνεται αμέσως μετά το άνοιγμα της κυψέλης. **4.3 Αντενδείξεις:** Υπερευαίσθησα στη δραστική ουσία, σε κάποιο από τα έκδοχα, ή στη λοραταδίνη. **4.4 Ειδικές προειδοποιήσεις και προφυλάξεις κατά τη χρήση:** Η αποτελεσματικότητα και ασφάλεια των διασπείρομενων στο στόμα δισκίων Aerius των 2,5mg σε παιδιά κάτω των 6 ετών δεν έχει τεκμηριωθεί. Στην περίπτωση βαριών εκπτώσεων της νεφρικής λειτουργίας, το Aerius θα πρέπει να χρησιμοποιείται με προσοχή. Περιέχει 2,9mg φαιθυλαφίνης ανά 5mg δόσης Aerius και 1,4mg φαιθυλαφίνης ανά 2,5mg Aerius δισκίου διασπείρομενου στο στόμα. Η φαιθυλαφίνη μπορεί να είναι επιβλαβής για ανθρώπους με φαιθυλαφίνουρα. **4.5 Αλληλεπιδράσεις με άλλα φαρμακευτικά προϊόντα και άλλες μορφές αλληλεπιδράσεις:** Δεν έχουν παρατηρηθεί κλινικά σχετιζόμενες αλληλεπιδράσεις σε κλινικές δοκιμές με διακία Aerius, στις οποίες συγχρηγήθηκαν ερυθρομυκίνη ή κετοκοναζόλη (βλ. παράγραφο 5.1). Σε μια κλινική φαρμακολογική δοκιμή τα δισκία Aerius λαμβανόμενα ταυτόχρονα με αλκοόλη δεν ενίσχυσαν τις επιδράσεις του οινοπνεύματος στη μείωση της απόδοσης (βλ. παράγραφο 5.1). **4.6 Κύηση και γαλουχία:** Η δεσλοραταδίνη δεν ήταν τερατογόνος σε μελέτες με ζώα. Η ασφαλής χρήση του φαρμακευτικού προϊόντος κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης δεν έχει τεκμηριωθεί. Για το λόγο αυτό, η χρήση του Aerius κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης δεν συστάται. Η δεσλοραταδίνη εκκρίνεται στο μητρικό γάλα, και ως εκ τούτου η χρήση του Aerius δεν συστάται στις γυναίκες που θηλάζουν. **4.7 Επιδράσεις στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανών:** Σε κλινικές μελέτες που εκτιμήθηκε η ικανότητα οδήγησης, δεν επηρεάστηκε η ικανότητα οδήγησης σε ασθενείς οι οποίοι ελάμβαναν δεσλοραταδίνη. Ωστόσο, οι ασθενείς θα πρέπει να ενημερώνονται ότι, πολύ σπάνια, παρουσιάζει υπνηλία σε ορισμένα άτομα, η οποία μπορεί να επηρεάσει την ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων. **4.8 Ανεπιθύμητες ενέργειες:** Σε κλινικές δοκιμές, η δεσλοραταδίνη στη μορφή του σιροπιού χορηγήθηκε σε έναν παιδιατρικό πληθυσμό. Η συνοχική εμφάνιση ανεπιθύμητων ενεργειών ήταν παρόμοια ανάμεσα στις ομάδες σιροπιού δεσλοραταδίνης και εικονικού φαρμάκου και δεν διέφερε σημαντικά από το προφίλ ασφαλείας που παρατηρήθηκε σε ενήλικες ασθενείς. Σε κλινικές δοκιμές σε ένα έργο ενδείξεων που περιελάμβαναν αλλεργική ρινίτιδα και κνίδωση, στην συνιστώμενη δόση των 5mg ημερησίως, ανεπιθύμητες ενέργειες με τα δισκία Aerius αναφέρθηκαν σε 3% επιπλέον των ασθενών που έλαβαν αγωγή με εικονικό φάρμακο. Οι συνθέστερες ανεπιθύμητες ενέργειες που αναφέρθηκαν επιπλέον του εικονικού φαρμάκου ήταν κόπωση (1,2%), έμετος (0,8%) και πονοκέφαλος (0,6%). Σε μια κλινική δοκιμή σε 578 εφήβους ασθενείς, ηλικίας 12 έως και 17 ετών, η πιο συχνή ανεπιθύμητη ενέργεια ήταν κεφαλαλγία, αυτό συνέβη στο 5,9% των ασθενών που έλαβαν θεραπεία με δεσλοραταδίνη και στο 6,9% των ασθενών που έλαβαν εικονικό φάρμακο. Άλλες ανεπιθύμητες ενέργειες αναφερόμενες πολύ σπάνια κατά την κυκλοφορία είναι: ψευδοαρθρίτις, ζάλη, υπνηλία, αϋνία, ψυχοκινητική υπερκινητικότητα, επιληπτικές κρίσεις, ταχυκαρδία, αίσθημα παλμών, κοιλιακό άλγος, ναυτία, έμετος, δυσπεψία, διάρροια, υπηλά πιαστικό ένζυμο, αυξημένη χοληστερίνη, ηπατίτιδα, μυαλγία, αντιδράσεις υπερευαίσθησας (όπως αναφυλαξία, αγγειοοίδημα, δύσπνοια, κνήμες, εξάνθημα, και κνίδωση). **4.9 Υπερδοσολογία:** Σε περίπτωση υπερδοσολογίας, ακολουθείται η συνήθη μέτρα για την απομάκρυνση της δραστικής ουσίας που δεν έχει απορροφηθεί. Συνιστάται συμπτωματική και υποστηρικτική αγωγή. Βάσει κλινικών δοκιμών πολλήπληθής δόσης, στην οποία χορηγήθηκαν έως και 45mg δεσλοραταδίνης (έναν φορές η κλινική δόση), δεν παρατηρήθηκαν σχετικές κλινικές αντιδράσεις. Η δεσλοραταδίνη δεν αποβάλλεται με την αιμοκάθαρση. Δεν είναι γνωστό εάν αποβάλλεται με την περιτοναϊκή κάθαρση. **ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ:** Φαρμακευτικό προϊόν για το οποίο απαιτείται ιατρική συνταγή. **7. ΚΑΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** Merck Sharp & Dohme Ltd, Hertford Road, Hoddesdon, Hertfordshire EN11 9BU, Ηνωμένο Βασίλειο. **8. ΑΡΙΘΜΟΙ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** EU/1/00/160/044 (2,5mg), EU/1/00/160/056 (5mg). **9. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΡΙΣΗΣ/ΑΝΑΕΘΩΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ:** Ημερομηνία πρώτης έγκρισης: 15 Ιανουαρίου 2001. Ημερομηνία τελευταίας ανανέωσης: 15 Ιανουαρίου 2006. **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ:** 5 Σεπτεμβρίου 2012. Για την πλήρη περίληψη των χαρακτηριστικών του προϊόντος παρακαλούμε να απευθύνεστε στην MSD Α.Φ.Β.Ε. Ελλάδα, Αγίου Δημητρίου 63, 174 56 Αθήνας, Τηλ.: 210 9897 300. Λεπτομερή πληροφοριακά στοιχεία για το προϊόν είναι διαθέσιμα στο ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φαρμάκων (EMA) <http://www.emea.europa.eu>. **ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ:** Aerius 2,5mg δισκία διασπείρομενα: 10.77€.

### Βιβλιογραφία:

- Horak F. et al. J Allergy Clin Immunol 2002;109:956-61
- Siebenhaar F. et al. J Allergy Clin Immunol 2009;123:672-9
- Περίληψη Χαρακτηριστικών Προϊόντων AERIUS®
- <http://aviationmedicine.com/medications/index.cfm?fuseaction=medicationDetail&medicationID=9> (πρόσβαση 17/9/2012)

Βοηθήστε να γίνουν τα φάρμακα πιο ασφαλή:  
Συμπληρώστε την “ΚΙΤΡΙΝΗ ΚΑΡΤΑ”.

Αναγράψτε:

- ΟΛΕΣ τις ανεπιθύμητες ενέργειες για τα Νέα Φάρμακα [N].
- ΤΙΣ ΣΟΒΑΡΕΣ ανεπιθύμητες ενέργειες για τα Γνωστά Φάρμακα.



Η Smart Pharmacy συνεχίζοντας το επιτυχημένο έργο της, παρέδωσε τέσσερα φαρμακεία, τους μήνες Σεπτέμβριο, Οκτώβριο '12. Η συνέπεια στους χρόνους παράδοσης, η οργάνωση και οι ανταγωνιστικές τιμές είναι κάποια από τα χαρακτηριστικά που την έχουν καθιερώσει στις πρώτες επιλογές του φαρμακευτικού κλάδου.

Η εταιρεία ασχολείται αποκλειστικά και μόνο με το χώρο του φαρμακείου και σαν σκοπό έχει την ολοκληρωμένη κάλυψη των αναγκών του, με ένα ξεχωριστό, μοναδικό και σύγχρονο τρόπο. Από τη μελέτη, κατασκευή – ανακαίνιση... έως την κατηγοριοποίηση και τις εικαστικές παρεμβάσεις.

Δραστηριοποιείται πανελλαδικά, πραγματοποιώντας αρχιτεκτονικές μελέτες ιδιαίτερες και ξεχωριστές, προτείνει πάντα τις πιο έξυπνες και συμφέρουσες λύσεις για την ανάπτυξη της επιχείρησής σας, καθιστώντας το όνειρο κάθε φαρμακοποιού πραγματικότητα.

Η εντυπωσιακή, ευχάριστη και όμορφη εμφάνιση του χώρου σας, αποτελεί πρωταρχικό στόχο του εξειδικευμένου δυναμικού μας και κάνει κάθε φαρμακείο μια σύγχρονη επιχείρηση που χαρακτηρίζεται από τη μοναδικότητά του.

Η Smart Pharmacy αποτελεί τον ιδανικό συνεργάτη για τον εκάστοτε φαρμακοποιό, προσφέροντας συνεχή υποστήριξη σε οποιαδήποτε ανάγκη προκύψει.

## ELPEN η 1η αμιγώς Ελληνική Φαρμακευτική Βιομηχανία



Φροντίδα για τον άνθρωπο

Η **ELPEN** είναι η 1η αμιγώς Ελληνική Φαρμακευτική Βιομηχανία που εδώ και 50 χρόνια παράγει Αποτελεσματικά, Ασφαλή και Επώνυμα Γενόσημα και Πρωτότυπα Φάρμακα. Μέχρι σήμερα, 200 εκατ. συσκευασίες φαρμάκων έχουν διατεθεί στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες.

Σήμερα ο όμιλος με 720 εργαζομένους (διατηρώντας σταθερό τον αριθμό των θέσεων εργασίας χωρίς περικοπές) και κύκλο εργασιών 174,2 εκατ. ευρώ (2011), βρίσκεται στην 7η θέση μεταξύ των 300 φαρμακευτικών εταιριών (IMS 4/2012) που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Στις υπερσύγχρονες ιδιόκτητες παραγωγικές εγκαταστάσεις της (10.000 τ.μ.) στο Πικέρι Αττικής, η εταιρεία ειδικεύεται στην έρευνα και ανάπτυξη, παραγωγή, διανομή και προώθηση φαρμακευτικών προϊόντων.

Η ELPEN εδώ και πενήντα χρόνια συνεχίζει με ιερή προσήλωση το σπουδαίο έργο της: επενδύει συνεχώς, δημιουργώντας υψηλή Προστιθέμενη Αξία και Ανάπτυξη στην Ελλάδα και πρωτοπορώντας στην Έρευνα και Ανάπτυξη καινοτόμων φαρμάκων.

Η ELPEN αποδεικνύει περίτρανα ότι υπάρχουν Ελληνικές Βιομηχανίες που μπορούν να έχουν ηγετική θέση στη χώρα τους, που εξαγουν, που κάνουν έρευνα, που δημιουργούν και διατηρούν παραγωγικές μονάδες υψηλής τεχνολογίας και θέσεις εργασίας στην Ελλάδα, προσφέροντας προστιθέμενη αξία στη χώρα μας κόντρα στους πολυεθνικούς κολοσσούς.



## Το Collagen Pro-Active

χορηγός στην Athens Xclusive Designers Week 2012!

Με μεγάλη επιτυχία ολοκληρώθηκε η Athens Xclusive Designers Week (20-23 Οκτωβρίου 2012, Αθήνα), της οποίας χορηγός ήταν η εταιρία **Collagen Power** με το εξαιρετικό υγρό πόσιμο κολλαγόνο **Collagen Pro-Active**.

Η Athens Xclusive Designers Week αποτελεί τη Διεθνή εβδομάδα Μόδας στην Ελλάδα, κατά την οποία καταξιωμένα και νεότερα ονόματα της μόδας παρουσιάζουν την Ελληνική μόδα και τις τάσεις της στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Το Collagen Pro-Active, κοντά στον παλμό της μόδας, της δημιουργίας, της ομορφιάς και της υγείας, συγκέντρωσε την προσοχή όλων των προσκεκλημένων.

Το Collagen Pro-Active, είναι το κορυφαίο συμπλήρωμα διατροφής, αποτελώντας το πιο καινοτόμο προϊόν στην επιστήμη του κολλαγόνου. Περιέχει επίσης πυρίτιο, μαγνήσιο και τις βιταμίνες B1, B2, B5, B6. Χαρίζει νεανικό δέρμα, λαμπερά μαλλιά και υγιή νύχια. Είναι απαραίτητο συστατικό για τη συντήρηση των αρθρώσεων, των οστών και των μυών.

## Αυτό το Νοέμβριο σπηρίζω το διαβήτη, σπηρίζω τα παιδιά.

Επιλέγω **ACCU-CHEK®**

Η Accu-Chek με αφορμή την **παγκόσμια ημέρα διαβήτη (WDD)** σας προσκαλεί να λάβετε μέρος στο παιχνίδι “CHECK THE BARCODE”.

**Η συμμετοχή σας θα** βοηθήσει στην συλλογή πόρων για τη συμμετοχή παιδιών με διαβήτη σε θερινές κατασκηνώσεις.

Τα συστήματα μέτρησης σακχάρου αίματος **Accu-Chek Aviva** εξασφαλίζουν **αποδεδειγμένη ευκολία χρήσης και παρέχουν υψηλή ακρίβεια αποτελεσμάτων που αποδεικνύεται συνεχώς.**

- Χωρίς ανάγκη κωδικοποίησης
- Εύχρηστο συλό τρυπήματος Accu-Chek Softclix
- Μεγαλύτερη εύχρηστη ταινία μέτρησης σακχάρου Accu-Chek Aviva

Σύμφωνα με τις τελευταίες μελέτες που έχουν διεξαχθεί από το ανεξάρτητο ινστιτούτο τεχνολογίας διαβήτη (IDT, αποδείχθηκε ότι:

- Όλα τα συστήματα Accu-Chek πληρούν τα κριτήρια του τρέχοντος και του νέου ISO 15197
- Οι ταινίες Accu-Chek πληρούν τα κριτήρια σε κάθε μία από τις 4 παρτίδες που εξετάστηκαν

Από την



## ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ PROCTO-SYNALAR N FLUOCINOLONE ACETONIDE + LIDOCAINE HYDROCHLORIDE

**1. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ PROCTO - SYNALAR N 2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΣΕ ΔΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ:** Κάθε υπόθετο περιέχει: Fluocinolone acetonide 0.1 mg Lidocaine hydrochloride 40,0 mg. Κάθε γραμμάριο ορθικής κρέμας περιέχει: Fluocinolone acetonide 0.1 mg Lidocaine hydrochloride 20,0 mg Fluocinolone acetonide: C<sub>24</sub> H<sub>30</sub>F<sub>20</sub> 6a, 9- Difluoro- 11β, 16α, 17, 21 - tetrahydroxypregna-1, 4-diene-3, 20-dione, cyclic 16,17 - acetyl with acetone Lidocaine hydrochloride: C<sub>14</sub> H<sub>22</sub>N<sub>2</sub> O HCL.H<sub>2</sub>O 2- (Diethylamino)- 2', 6' - acetylglucide monohydrate. **3. ΦΑΡΜΑΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:** Υπόθετα, Ορθική κρέμα. **4. ΚΛΙΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:** **4.1. Θεραπευτικές ενδείξεις:** Συμπτωματική αντιμετώπιση της φλεγμονής και του κνησμού σε δερματοπάθειες που ανταποκρίνονται στη χορήγηση τοπικού κορτικοστεροειδούς, όπως εξωτερικές και εσωτερικές αιμορροΐδες, περιρριχτικό έκζεμα, κνησμό δακτύλιου **4.2. Δοσολογία και τρόπος χορήγησης:** Τρόπος χορήγησης: από το ορθό. **Δοσολογία:** Η συνθησιμένη διάρκεια θεραπείας κυμαίνεται από 1 έως 2 εβδομάδες. Η συνθησιμένη δόση είναι ένα υπόθετο το πρωί και ένα το βράδυ μετά την κένωση ή μικρή ποσότητα αλοιφής που αλείφεται απαλά στην πάχουσα περιοχή, 2-3 φορές την ημέρα. Η αλοιφή μπορεί να εμφανιστεί και μέσα στο ορθό με τη βοήθεια ειδικού ρύγχους. Σε πολλά περιστατικά μπορεί να χρειαστεί συνδυασμένη θεραπεία με αλοιφή και υπόθετα. Πριν εφαρμοστεί η αλοιφή καλό είναι να γίνει εδρόλουτρο. **4.3 Αντενδείξεις:** Το PROCTO - SYNALAR N αντενδείκνυται σε ασθενείς που παρουσιάζουν υπερευαίσθησία σε κάποιο από τα συστατικά του. Το PROCTO-SYNALAR N αντενδείκνυται για οφθαλμική χρήση. Επίσης, σε βαριά νεφρική νόσο με εξάρση τη νέφρωση, σε ψύχωση ή σε προδιάθεση για ψύχωση, σε ενεργή ψωμιάση, σε λοιμώδη νοσήματα, σε ατροφία του δέρματος, σφήλη, παροιστικές μολύνσεις, μικροβιακές, μυκητιασικές ή ιογενείς λοιμώξεις, σε αιμορραγική διάθεση και όταν πρόκειται να γίνει εμβολιασμός. **4.4 Ιδιαίτερες προειδοποιήσεις και ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά τη χρήση:** Αναγορεύεται η παρατεταμένη χορήγηση σε παιδιά. Η χρήση του PROCTO-SYNALAR N αντενδείκνυται για οφθαλμική χρήση. Επίσης, σε βαριά νεφρική νόσο με εξάρση τη νέφρωση, σε ψύχωση ή σε προδιάθεση για ψύχωση, σε ενεργή ψωμιάση, σε λοιμώδη νοσήματα, σε ατροφία του δέρματος, σφήλη, παροιστικές μολύνσεις, μικροβιακές, μυκητιασικές ή ιογενείς λοιμώξεις, σε αιμορραγική διάθεση και όταν πρόκειται να γίνει εμβολιασμός. **4.5 Αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα και άλλες μορφές αλληλεπιδράσεων:** Η Lidocaine θα πρέπει να χορηγείται με προσοχή σε ασθενείς που παίρνουν αντιαρρυθμικά φάρμακα όπως το tocainide, επειδή η τοξική δράση τους είναι συνεργική. **4.6 Κύηση και γαλουχία:** Χρήση κατά την κύηση: Δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για την ασφάλεια των τοπικών κορτικοστεροειδών κατά τη χρήση τους, σε έγκυες γυναίκες. Τοπική εφαρμογή ισχυρών κορτικοστεροειδών σε έγκυα ζώα έχει προκαλέσει ανωμαλίες στην ανάπτυξη του εμβρύου. Για τον λόγο αυτό τα τοπικά κορτικοστεροειδή, μπορούν να χορηγούνται κατά την εγκυμοσύνη μόνο αν το αναμενόμενο όφελος δικαιολογεί τον πιθανό κίνδυνο για το έμβρυο. Σε τέτοιες περιπτώσεις δεν πρέπει να χορηγούνται σε μεγάλες ποσότητες ή για μακρύ χρονικό διάστημα, ιδιαίτερα κατά το πρώτο τρίμηνο της κύησης. Χρήση κατά την γαλουχία: Όταν η χρήση τοπικών κορτικοστεροειδών κατά τη διάρκεια του θηλασμού κρίνεται απαραίτητη, η ποσότητα του φαρμάκου και η διάρκεια της θεραπείας θα πρέπει να περιορίζονται στο ελάχιστο. **4.7 Επίδραση στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων:** Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για την επίδραση του φαρμάκου στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων. **4.8 Ανειθιμότητες ενέργειες:** Τοπικές μετά μακροχρόνια τοπική χρήση. Οι ανειθιμότητες ενέργειες που έχουν αναφερθεί με τα τοπικά κορτικοστεροειδή στις θέσεις εφαρμογής είναι: Αίσθημα καούρας, κνησμός, ερυθρίωση, ξεροδρόμη, θυλακίτιδα, υπομελάγχρωση. Τρόπιση της κλινικής εικόνας επί ακαρού ή τοπικής χρήσης (μυκητιάσεις, ψώρα). Δευτεροπαθής λοίμωξη, μικροβιακές λοιμώξεις-τοπικές (ένανση λανθάνουσας λοίμωξης ή επιδείνωση εξελισσόμενη), μυκητιασικές λοιμώξεις, ένερξη μομιαστικής περιτόμου και σζεντών κωνδιλωμάτων. Αναστολή της επαυλάστωσης τραυμάτων, ακμιοειδή στοιχεία ή φυκταίνωση, θερική ιδρώδα, περιτοματική δερματίτις, εξάνθημα υπό μορφή ροδόχρου ακμής, επιδείνωση γλαυκώματος, υποορθή φυκταίνωδους ψωριασίδας, επί διακοπής της θεραπείας (Rebound Phenomenon), ατροφίες υπό μορφή ουλής, γραμμοειδής ραβδοκύηση, ευρυαγγείες, εξάνθημα πορφυρικά, ερυθρήματα διάχυτα, Βλάδο-φρασάλιδωδη άτυπη εξάνθημα, αλλεργική υπερευαίσθησία, τοπική υπερέκκριση. Οι παραπάνω ανειθιμότητες ενέργειες δεν είναι συνθήκες αλλά μπορεί να εμφανιστούν συνθέτερα με τη χρήση στεγανών επιδερμίδων ή μετά από μακροχρόνια τοπική χρήση. Η Lidocaine μπορεί να προκαλέσει υπερευαίσθησία του δέρματος της περιοχής. Γενικές μετά μακροχρόνια τοπική χρήση. Η Lidocaine είναι αχούρο ανααισθητικό, που χρησιμοποιείται ευρύτατα για τοπική ανααισθησία. Σε κυκάντιες 1 - 2% εφαρμόζεται τοπικά για την πρόκληση ανααισθησίας του φλεγμονώδη θλυσώματος. **5.2 Φαρμακοκινητικές Ιδιότητες:** Η Φαρμακοκινητική του PROCTO - SYNALAR N είναι παρόμοια με την συνθή των τοπικά εφαρμόζομένων αλοφών και υποθέτων στεροειδών. Ο βαθμός της απορρόφησης των τοπικών κορτικοστεροειδών καθορίζεται από πολλούς παράγοντες όπως είναι η πυκνότητα του φαρμάκου, η φαρμακοτεχνική του μορφή (έκδοχα), η περιοχή της επέλευσης (δυσκέρτα απορρόφησης σε παχιά κερατίνη στιβάδα), η κατάσταση του δέρματος (αύξηση απορρόφησης σε δέρμα με λύση της συνέχειάς του) και η χρήση στεγανών επιδερμίδων (ισοαισθητική αύξηση απορρόφησης). Μετά την απορρόφηση τους από το δέρμα, τα τοπικά κορτικοστεροειδή ακολουθούν τη φαρμακοκινητική πορεία των συστημικά χορηγούμενων. Δεσμοούνται σε ποικίλους θαθμούς με τις πρωτεΐνες του πλάσματος. Μεταβολίζονται κύρια στο ήπαρ και απεκκρίνονται μέσω των νεφρών. Μερικά από τα τοπικά κορτικοστεροειδή και τους μεταβολίτες τους απεκκρίνονται επίσης με τη χολή. Παρότι η lidocaine απορροφάται, η βιολογική ημιπερίοδος ζωής της είναι μικρή (10 λεπτά) και οι συγκεντρώσεις της στο πλάσμα πολύ μικρές για να υπάρξει συστηματική δράση. **5.3 Προκλινικά στοιχεία για την ασφάλεια:** Μακροχρόνιες μελέτες σε ζώα, καρκινογόνες, μεταλλοιογόνες και επιδρασης επί γονιότητα, δεν έχουν γίνει με τοπικά κορτικοστεροειδή. Μελέτες μεταλλοιογόνες με prednisolone και hydrocortisone, έδωσαν αρνητικά αποτελέσματα. **6. ΦΑΡΜΑΚΟΛΟΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:** **6.1 Κατάλογος των εκδόχων Υπόθετα:** Menthol, Citric acid, Sorbitan stearate, Propylene glycol, Polysorbate 60, Aerosol 200, Witepsol W - 35, Witepsol E - 75 Ορθική κρέμα: Menthol, Citric acid, methylparaben E216, propylparaben E216, propylene glycol, mineral oil (heavy), stearyl alcohol, cetyl alcohol, sorbitan stearate, polysorbate 60, water (purified). **6.2 Ασυμβατότητες:** Καμία γνωστή. **6.3 Διάρκεια ζωής:** 36 μήνες. **6.4 Ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά την φύλαξη του προϊόντος:** Φυλάσσεται σε θερμοκρασία δωματίου. **6.5 Φύση και συστατικά του περιεχόμενου:** Υπόθετα: Κοιλία των 6 υποθέτων σε λευκή θηκή Ορθική κρέμα: Δίκρομο σωληνίο 15g από αλουμίνιο, με ρύγχος ασφαλείας, πάμα PVC Λευκό και λευκό προωθητικό ρύγχος από πολυαιθυλένιο. **6.6 Οδηγίες χρήσης/χειρισμού:** Δεν είναι απαραίτητες. **6.7 Κάτοχος αδειας κυκλοφορίας Δικαιούχος και υπεύθυνος κυκλοφορίας στην Ελλάδα:** Μινέρβα φαρμακευτική α.ε., Κηφισού 132, 12131 ΑΘΗΝΑ Τηλ. 5702199 Fax: 5728215 7. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: Υπόθετα: 47612/09/01-02-2010 Ορθική κρέμα: 47611/25-9-2009 8. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ: 01-01-1979 9. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΒΕΘΗΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ: 10-11-1999.

# PROCTO-SYNALAR N<sup>®</sup>



Ισχυρό  
στην Αντιμετώπιση  
των Συμπτωμάτων  
των Αιμορροΐδων



## ΚΟΡΡΕΣ/PROFESSIONAL BLACK COLLECTION

### ΝΕΑ ΣΥΛΛΟΓΗ ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΜΕ BLACK VOLCANIC MINERALS

Η Professional Black Collection είναι η πιο ολοκληρωμένη πρόταση της ΚΟΡΡΕΣ για επαγγελματική, φυσική λύση σε καθημερινές ανάγκες μακιγιάζ. Στο επίκεντρο για πρώτη φορά τα **Black Volcanic Minerals**, ζωτικά ηφαιστειακά ιχνοστοιχεία στα οποία οφείλεται το βαθύ μαύρο χρωματικό effect, που συνδυάζονται με άλλα ευεργετικά φυσικά δραστικά, ενδυναμώνοντας τις βλεφαρίδες και φροντίζοντας την επιδερμίδα των ματιών. Η Professional Volume Mascara χαρίζει έξι φορές περισσότερο όγκο στις βλεφαρίδες, μοναδικό μήκος και έντονο μαύρο χρώμα, με διάρκεια. Το ειδικά μελετημένο βουρτσάκι με την τεχνική διασταύρωσης των τριχών, εξασφαλίζει εφαρμογή χρώματος χωρίς «κόμπους» και μουντζούρες. Τα τρία Professional Eyeliners (Long Lasting, Shimmering, Khol) υπογραμμίζουν το βλέμμα, τονίζοντας το χρώμα των ματιών - με σχεδιασμό που επιτρέπει εύκολη εφαρμογή με ακρίβεια. Το Professional Liquid Eyeliner σχεδιάζει, χάρη στο ειδικό,



πρακτικό tip, την απόλυτα μαύρη γραμμή, ενώ στεγνώνει αμέσως, χωρίς να ξεθωριάζει. Τα προϊόντα της συλλογής Professional Black κυκλοφορούν στο πλαίσιο έντε limited edition σετ μακιγιάζ, σε τιμή γνωριμίας.

## ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΑΠΟ ΤΗΝ MUSTELA

**Lignettes visage**, μαντηλάκια καθαρισμού ειδικά σχεδιασμένα για το πρόσωπο και τα χέρια του μωρού. Καθαρίζουν απαλά το ευαίσθητο βρεφικό δέρμα, παρέχοντας μια ευχάριστη αίσθηση φρεσκάδας. Με υψηλή οφθαλμική και δερματική ανοχή. Για καθημερινή χρήση και πολύ πρακτικά. Πακέτο με 25 υγρά μαντηλάκια.

**Baume Réconfortant** Βασισμένο στην αρωματολογία, μία επιστήμη που μελετά την επίδραση των αρωμάτων στον ψυχισμό μας και έχοντας σαν σκοπό να αφυπνίσει μία σειρά από αισθήσεις και συναισθήματα, διεγείροντας εγκεφαλικά την αίσθηση της όσφρησης, το **Baume Réconfortant** αποτελεί τη μοναδική ενυδατική φροντίδα με αναζωογονητικά αρώματα για επάλειψη στο στήθος, που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τη γέννηση του μωρού.



Από την Εξέλιξη Α.Ε.

## Φροντίδα χεριών από την Apivita

Τα χέρια είναι συνεχώς εκτεθειμένα στις καιρικές συνθήκες και γι' αυτό χρειάζονται ιδιαίτερη φροντίδα.

Η APIVITA παρουσιάζει τη νέα σειρά για τη φροντίδα χεριών **APIVITA HAND CARE**, με δύο προϊόντα με υψηλά ποσοστά φυσικότητας (97-98%) με Φυτικά βούτυρα και έλαια Αιθέρια έλαια και βιταμίνες και Έγχυμα αμαμελίδας.



**Ενυδατική κρέμα χεριών με αλόη & μέλι**, η οποία διατηρεί τη φυσική υγρασία των χεριών, αφήνει την επιδερμίδα απαλή και ενυδατωμένη (Αλόη, Μέλι, Γλυκερίνη, Βούτυρο καριτέ και βούτυρο κακάο, Φυσικά έλαια ελιάς και αβοκάντο, Αιθέρια έλαια γεράνι & τριαντάφυλλο). Παράλληλα περιποιείται και ενδυναμώνει τα νύχια (Βιοτίνη, Βιταμίνη E, pro Vit-B5), ενώ προστατεύει από τις ελεύθερες ρίζες και την πρόωρη γήρανση (Πρόπολη, Βιταμίνη E, Έγχυμα αμαμελίδας).

**Κρέμα για ξηρά-σκασμένα χέρια με Βάλαμο & μελισσοκέρι**, η οποία αποκαθιστά τη χαμένη υγρασία των χεριών, αναπλάθει τα σκασίματα και βελτιώνει την υφή της επιδερμίδας (Βαλσαμέλαιο, Έλαια ελιάς και άγιου τριαντάφυλλου, Βούτυρο καριτέ, Μελισσοκέρι, Γλυκερίνη, Αιθέρια έλαια γεράνι και λεβάντα, Βιταμίνες A, F), ενώ προστατεύει από τις ελεύθερες ρίζες και την πρόωρη γήρανση (Πρόπολη, Βιταμίνη E, Έγχυμα αμαμελίδας).

## Ορός Νεότητας Active 5 από την Castalia

### 5 Ενεργά Συστατικά, 5 Λειτουργίες Νεότητας, 5 Ορατά Αποτελέσματα



Η CASTALIA LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES καινοτομεί για άλλη μια φορά και δημιουργεί ένα νέο επαναστατικό προϊόν, στη σειρά Chronoderm, τον αντιγηραντικό ορό **Chronoderm Active 5 Serum**, έναν όρο ανάπλασης και επανόρθωσης για το πρόσωπο και το λαιμό, κατάλληλο για κάθε τύπο επιδερμίδας, με λεπτή και ελαφριά υφή. Περιέχει 5 ενεργά συστατικά που δρουν συνεργαστικά, με 5 λειτουργίες νεότητας των κυττάρων της επιδερμίδας: ανανέωση, θρέψη, οξυγόνωση, ενυδάτωση και προστασία. Έτσι, μετά από 8 εβδομάδες εφαρμογής του ορού, έχουμε 5 ορατά αποτελέσματα, που τεκμηριώνονται από κλινική μελέτη: μείωση των ρυτίδων, λείανση της επι-

δερμίδας, αύξηση της σφριγγλότητας, ενίσχυση της ενυδάτωσης, βελτίωση της χρωματικής ομοιομορφίας.

Αφήνοντας μια αίσθηση δροσιάς και ανανέωσης, ο ορός Chronoderm Active 5 εφαρμόζεται σε καθαρή και στεγνή επιδερμίδα στο πρόσωπο και το λαιμό, πρωί και/ή βράδυ, μόνος του ή πριν την αντιγηραντική κρέμα. Κυκλοφορεί σε γυάλινο φιαλίδιο των 30 ml.

Από την Lavipharm





# Το **Garamat**<sup>®</sup> επιστρέφει και πάλι στο φαρμακείο σας

Η **MSD** σας ενημερώνει  
ότι **ξεκινά και πάλι**  
**η διάθεση του Garamat**<sup>®</sup>  
στην ελληνική αγορά

Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών MSD:  
**800 11 33 333** (χωρίς χρέωση)  
ή **210 98 97 383**



Αγίου Δημητρίου 63  
174 56, Άλιμος  
Τηλ.: 210 9897300  
[www.msd.gr](http://www.msd.gr)



## Νέοι, Μοναδικοί Κωδικοί συμπληρώνουν τη σειρά φυτικών προϊόντων για την ευαίσθητη περιοχή DermoXEN!

Αποκλειστικά για τα φαρμακεία σας, ήρθαν 2 νέα προϊόντα DermoXen.

**DermoXEN intimate wipes DayFresh**, υγρά μαντηλάκια με πρεβιοτικά, χαμομήλι και γαλακτικό οξύ, με ολιγοσακχαρίδες, ινουλίνη και α-γλουκάνη στη συνθεσή τους. Συμβάλλουν στο να διατηρείται ισχυρή η φυσική άμυνα της ευαίσθητης περιοχής. Σε δύο διαφορετικά μεγέθη: πακέτο με 20 μαντηλάκια καθαρισμού ή πρακτικό πακέτο των 10 σε ξεχωριστή-ατομική συσκευασία το καθένα.

Για καθημερινή χρήση.

Και το **DermoXEN Deo Soft Cool**, φυτικό αποσμητικό για την ευαίσθητη περιοχή καθημερινής χρήσης. Προσφέρει μια αίσθηση φρεσκάδας και ευεξίας οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας.



*Επιτέλους η γυναίκα αποκτά τα μυστικά... προϊόντα της!*

*Από την AJ-ACTIMED*

## Illa intimo, Απαλή λοσιόν καθαρισμού για την ευαίσθητη περιοχή

Με νέα σύνθεση, η λοσιόν καθαρισμού **Illa intimo** για την ευαίσθητη περιοχή, προσφέρει άμεση ανακούφιση από τους ερεθισμούς. Περιέχει: Αλόη, (φυσικό μαλακτικό), Χαμομήλι, (καταπραυντικό, ηρεμιστικό, αντισηπτικό), και Μολόχα (αποσυμφορητική δράση για πρόληψη των ερεθισμών).

Από την εμπειρία της ILLA η οποία έχει αναπτύξει το "illa care detergente intimo", η απαλή αυτή λοσιόν καθαρισμού με νέα σύνθεση για ακόμη πιο ανάλαφρη αίσθηση, καταπραΰνει άμεσα όλες τις ενοχλήσεις που προκαλούνται από μικροερεθισμούς στην ευαίσθητη περιοχή. Παράλληλα περιέχει δραστικά συστατικά που έχουν την ικανότητα να καταπολεμούν τη δυσσομία, ακόμη και κατά τη διάρκεια της περιόδου.



Αξιοπιστία, ασφάλεια και αποτελεσματικότητα με σεβασμό στη φυσιολογική χλωρίδα της περιοχής. Χωρίς χρωστικές και χωρίς parabens.

*Από την Health Plus*



## Mega 8 Biotix Προβιοτικά σε mega-δosis

Το **Mega 8 Biotix** της **Quest**, είναι ένας μοναδικός συνδυασμός 8 διαφορετικών προβιοτικών (φιλικά βακτήρια), ειδικά σχεδιασμένος για άτομα που αναζητούν mega-δόσεις προβιοτικών. Περιέχει ένα μοναδικό συνδυασμό 8 προβιοτικών που συμβάλλουν στην καλή λειτουργία του εντέρου. (*L.acidophilus, L.rhamnosus, L.casei, L.plantarum, L.paraplantarum, L.bulgaricus, L.gasseri & L.fermentum*).

Έτσι συμβάλλει στην ισορροπία της χλωρίδας του εντέρου και έχει μοναδικό ρόλο στην καλή λειτουργία του εντέρου και το ανοσοποιητικό.

Το Mega 8 Biotix απευθύνεται σε:

- ✓ άτομα που αναζητούν mega-δόσεις προβιοτικών
- ✓ άτομα με χρόνιες ή σοβαρές διαταραχές ή προβλήματα του εντέρου
- ✓ άτομα που έχουν ανάγκη για άμεση επαναφορά της ισορροπίας της χλωρίδας του εντέρου

Κάθε κάψουλα Mega 8 Biotix αποδίδει 30 δισεκατομμύρια (30x10<sup>9</sup>) προβιοτικά.

*Από την Douni Health Products*



### ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ NAPROSYN® NAPROXEN

**1. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ NAPROSYN® 2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΣΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΣΕ ΔΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ:** Κάθε γραμμάριο γέλης περιέχει Naproxen 100 mg Naproxen. C 14 H 14 O 3 d-2-(6-methoxy-2-naphthyl) propionic acid. **3. ΦΑΡΜΑΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:** Γέλη **4. ΚΛΙΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:** **4.1. Θεραπευτικές ενδείξεις:** Πίθανος αποτελεσματικό στη θεραπεία τραυματικών κακώσεων των μαλακών μοριών, όπως διάστρεμμα, θυλακίτιδα, τενονιτίδα, επικονδύλιδα, τενονιτίδα και απλή οστεοαρθρίτιδα των επιπολής αρθρώσεων όπως αυτές του δακτύλου και του γονάτου. **4.2. Δοσολογία και τρόπος χορήγησης:** Τρόπος χορήγησης: Γέλη εξωτερικής χρήσης. Δοσολογία: Αρκετή ποσότητα Naproxen Gel εφαρμόζεται στην πάσχουσα επιφάνεια 2 με 6 φορές την ημέρα. Κάντε ένα ελαφρό μασάζ μέχρι το Naprosyn Gel να απορροφηθεί τελείως. **4.3. Αντενδείξεις:** Υπερευαισθησία στο Naproxen και στα έκδοχα (που περιέχουν άλατα του θειώδους οξέος) **4.4. Ειδικές προειδοποιήσεις και ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά τη χρήση:** Εάν παρουσιαστεί εξάνθημα ή ερεθισμός η θεραπεία πρέπει να διακοπεί. Να αποφεύγεται η εφαρμογή πάνω ή κοντά στο μάτι, στις βλεννογόνους μεμβράνες και σε ανοικτές πληγές. **4.5. Αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα ή ουσίες:** Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα ή ουσίες. **4.6. Κύηση** Κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης το φάρμακο χρησιμοποιείται μόνο εάν τα δυνητικά οφέλη υπερκαλύπτουν τους πιθανούς κινδύνους. **4.7. Επίδραση στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού των μηχανημάτων:** Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για την επίδραση του φαρμάκου στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού των μηχανημάτων. **4.8. Ανεπιθύμητες ενέργειες:** Ηνιός τοπικός ερεθισμός, ερυθρότητα, δερματίτις και άλλες τοπικές αντιδράσεις στο σημείο εφαρμογής έχουν αναφερθεί, αλλά σπάνια ήταν αρκετά σοβαρές ώστε να απαιτείται η διακοπή της θεραπείας. **4.9. Υπερδοσολογία - Αντιμετώπιση:** Σε περίπτωση που το Naprosyn Gel ληφθεί κατά λάθος από το στόμα θα πρέπει να γίνει η κατάλληλη συμπτωματική αγωγή. Δεν υπάρχει ειδικό αντίδοτο. Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά υπερδοσολογίας με το φάρμακο. **5. ΦΑΡΜΑΚΟΛΟΓΙΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ:** **5.1. Φαρμακοδυναμικές ιδιότητες:** Το Naprosyn Gel είναι ένα τοπικής εφαρμογής προϊόν που περιέχει Naproxen, ένα μη-στεροειδές αντιφλεγμονώδη παράγοντα. Το Naproxen χρησιμοποιήθηκε σε κλασικές δοκιμασίες και αποδείχθηκε ότι είχε ισχυρές αντιφλεγμονώδεις ιδιότητες, ενώ επιπρόσθετως έχει σημαντική αναλγητική και αντιπυρετική δράση. Το Naproxen αναστέλλει τη σύνθεση των προσταγλανδινών. **5.2. Φαρμακοκινητικές ιδιότητες:** Στον άνθρωπο μέχρι το 30% του τοπικά εφαρμοζόμενου Naprosyn Gel μπορεί να απορροφηθεί. Περίπου το 95% του απορροφηθέντος Naproxen απεκκρίνεται στα ούρα σαν αμετάβλητο Naproxen, 6-0 desmethyl-naproxen και τα συζευγμένα παράγωγά τους. Ο μέσος όρος του χρόνου ημίζωσης του είναι 13 ώρες και συνδέεται σε ποσοστό 99% με τις πρωτεΐνες του πλάσματος. **6. ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:** **6.1. Κατάλογος των εκδόχων:** Carbormer, Ethanol, Triethanolamine, Sodium metabisulfite, Rose fragrance, Purified water. **6.2. Ασυμβατότητες:** Καμία γνωστή. **6.3. Διάρκεια ζωής:** 36 μήνες. **6.4. Ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά την φύλαξη του προϊόντος:** Φυλάσσετε σε θερμοκρασία ≤ 25°C. **6.5. Φύση και συστατικά του περιέκτη:** Διαφανής, άχρωμη έως υποκίτρινη γέλη που περιέχεται σε σωληνάρια ασφαλείας από αλουμίνιο. Κάθε σωληνάριο περιέχει 50 g. **6.6. Οδηγίες χρήσης/χειρισμού:** Δεν είναι απαραίτητες. **6.7. Κατάχος της οδίας κυκλοφορίας:** Μινέρβα Φαρμακευτική α.ε. Λεωφ. Κηφισού 132, 121 31 Αθήνα Τηλ. 210-57 02 199 **7. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** 8594/6-2-2007 **8. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΤΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** 4-12-91. **9. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΒΕΒΗΡΗΣΗΣ ΚΕΙΜΕΝΟΥ:** Ιανουάριος 2011.

# Κολπική Ξηρότητα;

**EVA**  
**MOIST®**

Υγραντική &  
Λιπαντική  
**Αιδοιοκολπική Γέλη**  
pH 5.0



Σωληνάριο με γέλη & 9 κολπικοί  
εφαρμοστές μίας χρήσης

Τα **EVA MOIST & EVA MOIST Long Acting** είναι ειδικά σχεδιασμένα προϊόντα αποκλειστικά για την αντιμετώπιση της ξηρότητας και των συμπτωμάτων που τη συνοδεύουν όπως η φαγούρα, η αίσθηση καψίματος και ο ερεθισμός που προκαλείται τόσο στον κόλπο όσο και στην ευαίσθητη περιοχή του αιδοίου.

**EVA**  
**MOIST®**  
**LONG ACTING**

**Μακράς διάρκειας δράσης**  
Υγραντική **Κολπική Γέλη**  
εμπλουτισμένη με **Υαλουρονικό οξύ**  
pH 3.0



9 προγεμισμένοι με γέλη  
κολπικοί εφαρμοστές μίας χρήσης

Με της άκρως φυσική σύνθεσή τους, εμπλουτισμένη με εκχυλίσματα χαμομηλιού και αλόης **ανακουφίζουν άμεσα** τα συμπτώματα της ξηρότητας ενώ παράλληλα **ενυδατώνουν εντατικά** τον κολπικό βλεννογόνο και τη περιοχή του αιδοίου **επαναφέροντας ξανά τη χαμένη σας άνεση.**

**EVA PRODUCTS:** Η πληρέστερη σειρά προϊόντων φροντίδας & προστασίας της αιδοιοκολπικής περιοχής της γυναίκας

**ΧΩΡΙΣ ΟΡΜΟΝΕΣ & ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΕΣ ΟΥΣΙΕΣ**

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΟΝ ΙΑΤΡΟ Ή ΤΟΝ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ



## Para Plus, Φιλικό με το κεφάλι, εχθρικό με τις ψείρες.

Το Para Plus είναι το Νο1\* προϊόν που εμπιστεύονται χρόνια τώρα οι περισσότερες Ελληνίδες μητέρες για να λύσουν γρήγορα, αποτελεσματικά και με ασφάλεια το πρόβλημα της αντοχής της ψείρας και της κόνιδας. (\*πηγή: ims health 2011).

Το **Para plus**, χάρη στη συνέργεια και τον αρμονικό συνδυασμό των 3 ενεργών συστατικών του, ειδικά μελετημένα για την καταπολέμηση των ψειρών της κεφαλής, εξουδετερώνει αποτελεσματικά όχι μόνο τις ψείρες που αντέχουν αλλά και την κόνιδα, καθώς εισχωρεί και στο κέλυφος του αυγού της ψείρας.

Είναι εξαιρετικά εύχρηστο και εξασφαλίζει τη συνεργασία του παιδιού. Κυκλοφορεί σε μορφή αερολύματος και διαθέτει ειδικό ρύγχος εφαρμογής. Αρκεί μόνο μια εφαρμογή, για 10 λεπτά σε στεγνά μαλλιά χωρίς καμία άλλη προετοιμασία και στη συνέχεια αφαιρείται εύκολα με οποιοδήποτε σαμπουάν. Είναι άοσμο και δεν λαδώνει τα μαλλιά. Το Para Plus, μέσα από τη μακροχρόνια χρήση και εμπειρία, έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των μητέρων που πάντα θέλουν να φροντίζουν τα παιδιά τους με έναν αποτελεσματικό και ασφαλή τρόπο.

Από την *Olvos Science*

## NOVAQUASOL A® για ελαφρές δερματοπάθειες

Η κρέμα **Novaquasol A®** αποτελεί διαχρονική αξία στη δερματολογία για την αντιμετώπιση ελαφρών δερματοπαθειών. Η Novaquasol A® συνδυάζει αντιυπερκερατωσική, επιθηλιοπλαστική, αντικνησμώνη και επούλωτική δράση, που οφείλεται στον αποτελεσματικό συνδυασμό 2 πολύ γνωστών και καταξιωμένων δραστικών ουσιών στη δερματολογία, της Βιταμίνης Α και της Πανθενόλης.

Η βιταμίνη Α δρα ευνοϊκά στις υπερκερατωσικές και δυσπλαστικές εκδηλώσεις του δέρματος και το επαναφέρει στη φυσιολογική του κατάσταση. Ενώ η Dexpanthenol (προβιταμίνη Β5) χρησιμοποιείται σε πολυάριθμες δερματικές παθήσεις διότι προάγει την επιθηλιοποίηση και έχει αξιόλογη αντικνησμώνη δράση.

Η κρέμα Novaquasol A® χάρη στην υδρόφιλη φαρμακοτεχνική μορφή της διεισδύει στο δέρμα, απορροφάται από την επιδερμίδα και τις υποκείμενες στοιβάδες και έτσι εξασφαλίζει τη γρήγορη ανάπλαση του δέρματος και την ανάπτυξη νέου επιθηλίου.

Η κρέμα Novaquasol A® εξασφαλίζει ένα ταχύ θεραπευτικό αποτέλεσμα για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των ελαφρών δερματοπαθειών.



### ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ NOVAQUASOL A® Vitamin A, Dexpanthenol

**1. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ:** NOVAQUASOL A® **2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΣΕ ΔΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ:** Κάθε γραμμάριο κρέμας περιέχει: Vitamin A 7.055 IU, Dexpanthenol 20 mg. **3. ΦΑΡΜΑΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:** Κρέμα εξωτερικής χρήσης **4. ΚΛΙΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:** **4.1. Θεραπευτικές ενδείξεις:** Ελαφρές δερματοπάθειες. **4.2. Δοσολογία και τρόπος χορήγησης:** Κρέμα για εξωτερική χρήση Δοσολογία: Μικρή ποσότητα κρέμας αλείφεται ελαφρά στην πάχουσα περιοχή δύο φορές την ημέρα ή κατά τις οδηγίες του γιατρού (όχι στα μάτια). **4.3 Αντενδείξεις:** Η NOVAQUASOL A® αντενδείκνυται σε άτομα με ιστορικό υπερευαισθησίας σε κάποιο από τα συστατικά της. **4.4 Ειδικές προειδοποιήσεις και ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά τη χρήση:** Εάν κατά τη θεραπεία εμφανιστεί ερεθισμός συνιστάται η διακοπή του φαρμάκου. Πρέπει να αποφεύγεται η εφαρμογή της κρέμας επάνω ή γύρω από τα μάτια. Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά τη χρησιμοποίηση του φαρμάκου από τα παιδιά. Στις σπάνιες περιπτώσεις εμφάνισης αλλεργίας στα έκδοχα η χρήση του φαρμάκου πρέπει να αποφεύγεται. Στα έκδοχα περιέχονται καμφορά και μενθόλη. **4.5. Αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα ή ουσίες:** Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για αλληλεπιδράσεις με άλλα φάρμακα ή ουσίες. **4.6. Κύηση και γαλουχία:** Χρήση κατά την κύηση: Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για ιδιαίτερες προφυλάξεις κατά τη χρησιμοποίηση του φαρμάκου κατά το θηλασμό. **4.7. Επίδραση στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων:** Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά για την επίδραση του φαρμάκου στην ικανότητα οδήγησης και χειρισμού μηχανημάτων. **4.8. Ανεπιθύμητες ενέργειες:** Δεν έχει αναφερθεί μέχρι σήμερα κανένα περιστατικό ερεθισμού ή αντίδρασης υπερευαισθησίας. **4.9 Υπερδοσολογία-Αντιμετώπιση:** Εάν το φάρμακο ληφθεί κατά λάθος από το στόμα θα πρέπει να γίνει η κατάλληλη συμπτωματική αγωγή. Δεν υπάρχει καμία γνωστή αναφορά υπερδοσολογίας με το φάρμακο. **5. ΦΑΡΜΑΚΟΛΟΓΙΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ:** **5.1 Φαρμακοδυναμικές Ιδιότητες:** Η κρέμα NOVAQUASOL A® συνδυάζει την αντιυπερκερατωσική και επιθηλιοπλαστική δράση της βιταμίνης Α με την αποδεδειγμένη αντικνησμώνη, επιθηλιοπλαστική και επούλωτική δράση της πανθενόλης. Η Βιταμίνη Α δρα ευνοϊκά στις υπερκερατωσικές και δυσπλαστικές εκδηλώσεις του δέρματος και το επαναφέρει στη φυσιολογική του κατάσταση. Η dexpanthenol είναι η αντίστοιχη αλκοόλη του πανθενικού οξέος, χρησιμοποιείται σε πολυάριθμες δερματικές παθήσεις διότι προάγει την επιθηλιοποίηση και έχει αξιόλογη αντικνησμώνη δράση. **5.2 Φαρμακοκινητικές Ιδιότητες:** Η φαρμακοκινητική της NOVAQUASOL A® είναι παρόμοια με τη συνήθη των τοπικά εφαρμοζόμενων βιταμινοικών κρεμών. Το ειδικό υδρόφιλο έκδοχο διεισδύει στο δέρμα, απορροφάται από την επιδερμίδα και τις υποκείμενες στοιβάδες και έτσι εξασφαλίζει ταχύ θεραπευτικό αποτέλεσμα. Η dexpanthenol κατά την τοπική χρήση, διεισδύει στο δέρμα όπου υφίσταται μεταβολισμό σε πανθενικό οξύ που αντιστοιχεί στα προσεχτικά του συνενζύμου Α, είναι απαραίτητο στον κύκλο του KREBS. Είναι απαραίτητο στην ανάπλαση και ανάπτυξη του επιθηλίου. Η χρήση της πανθενόλης τοπικά ενεργοποιεί τον πολλαπλασιασμό των ινωδοβλαστών και έτσι την παραγωγή κολλαγόνου και των ελαστικών που είναι ευεργετικά για την επούλωση του δέρματος. **5.3 Προκλινικά στοιχεία για την ασφάλεια:** Δεν εφαρμόζεται. **6. ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:** **6.1 Κατάλογος των εκδόχων:** Cetyl alcohol, Cetyl palmitate, Propyl paraben, Methyl paraben, Sodium lauryl sulfate, Glycerin, Menthol, Camphor, Purified Water. **6.2 Διάρκεια ζωής:** 12 μήνες. **6.3 Ισχύοντα στοιχεία:** Κάθε σωληνάριο περιέχει (28,35 g) ή 50 g. **6.4 Ισχύοντα στοιχεία κατά τη φύλαξη του προϊόντος:** Φυλάσσεται σε θερμοκρασία δωματίου. **6.5 Φύση και συστατικά του περιέκτη:** Λευκή έως υποκίτρινη υδατοδιαλυτή κρέμα σε σωληνάριο ασφαλείας από αλουμίνιο. Κάθε σωληνάριο περιέχει (28,35 g) ή 50 g. **6.6 Οδηγίες χρήσης/χειρισμού:** Δεν είναι απαραίτητες. **6.7 Κάτοχος αδείας κυκλοφορίας:** Δικαιούχος: Μινέρβα φαρμακευτική α.ε. Υπεύθυνος κυκλοφορίας: Μινέρβα φαρμακευτική α.ε., Κηφισού 132, 121 31 Αθήνα. Τηλ.: 5702199 FAX: 5728215 **7. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ:** 23274/9-10-2001 **8. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ:** 12-08-81 **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΒΕΡΧΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ:** 9-10-2001.  
Το φάρμακο αυτό χορηγείται μόνο με ιατρική συνταγή.

## REVAL Hand Gel και D3 Fix Drops από την Intermed

Τα **REVAL Hand Gel** είναι σχεδιασμένα για να προσφέρουν άμεση αντιβακτηριδιακή προστασία χωρίς τη χρήση νερού ή σαπουνιού, έτσι ώστε να έχουμε καθαρά χέρια στη στιγμή, όπου και αν είμαστε. Η μοναδική σύνθεσή τους με τους ειδικούς αντιβακτηριδιακούς παράγοντες που περιέχει, προσφέρει γρήγορα και αποτελεσματική προστασία, εξουδετερώνοντας το 99,9% των μικροβίων σε 60'' και παράλληλα φροντίζει τα χέρια ώστε να μένουν απαλά και ενυδατωμένα, χάρη στα δερμοκοσμητικά βότανα και τις αναπλαστικές βιταμίνες που θρέφουν, αναζωογονούν και περιποιούνται το δέρμα. Τα REVAL Hand Gel είναι εγκεκριμένα από τον ΕΟΦ και διατίθενται σε συσκευασία των 100ml, στην μεγαλύτερη ποικιλία αρωμάτων.



Το **D3 Fix Drops** είναι το νέο συμπλήρωμα διατροφής βιταμίνης D3 (cholecalciferol), με τη μορφή του πόσιμου διαλύματος σε σταγόνες, για την κάλυψη των αυξημένων απαιτήσεων του οργανισμού σε βιταμίνη D3 ή όταν υπάρχει έλλειψη αυτής. Στο D3 Fix Drops, η βιταμίνη D3 είναι υδατοδιαλυτή, εξασφαλίζοντας με τον τρόπο αυτό άριστη απορρόφηση και υψηλή βιοδιαθεσιμότητα. Περιέχει 200IU βιταμίνης D3 ανά σταγόνα και έτσι προσφέρει ευελιξία στο δοσολογικό σχήμα, εξατομίκευση της δόσης και ευκολία στη χορήγηση τόσο στα νεογνά και τα βρέφη, όσο και στους ενήλικες, καθώς μπορεί να χορηγηθεί ως έχει ή να αναμιχθεί με οποιαδήποτε υγρή ή στερεή τροφή. Έχει ευχάριστη γεύση φράουλα, είναι κατάλληλο για όλους καθώς δεν περιέχει ζάχαρη ή αλάτι και διατίθεται σε σταγονομετρικό φιαλίδιο των 30ml.



## T-MALE για τόνωση του ανδρικού οργανισμού

Οι αυξημένες επαγγελματικές και οικογενειακές υποχρεώσεις, η κακή διατροφή αλλά και η ηλικία, μπορεί να μειώσουν τα επίπεδα της τεστοστερόνης, επηρεάζοντας αρνητικά την ποιότητα ζωής των ανδρών. Το **T-MALE** της **Nature's Plus** αυξάνει με φυσικό τρόπο και με διατροφική υποστήριξη την παραγωγή τεστοστερόνης από τον ίδιο τον οργανισμό, ενισχύοντας έτσι την ερωτική ικανότητα και χαρίζοντας δύναμη και ενέργεια στον οργανισμό.



Το T-MALE αποτελεί ένα μοναδικό συνδυασμό συστατικών (βιταμίνες, μέταλλα, ιχνοστοιχεία, αμινοξέα) και βοτάνων (Fenugreek, Tribulus terrestris κ.ά.) που βελτιώνουν τα χαμηλά επίπεδα τεστοστερόνης, συμβάλλοντας στην εύρυθμη ανοσοποιητική και εγκεφαλική λειτουργία, την τόνωση του καρδιαγγειακού συστήματος, την αύξηση της μυϊκής δύναμης και τη βελτίωση των σε-

ξουαλικών και αθλητικών επιδόσεων. Ένα 100% φυσικό προϊόν με αναζωογονητικές ιδιότητες, ασφαλές, χωρίς τις παρενέργειες των συνθετικών αναβολικών.

Από την **Natural Plus**

## VM – Prime for Women Ο σύμμαχος της ώριμης γυναίκας από τη Solgar!

Η Solgar προτείνει στις εμμηνόπαυσιακές και μετά-εμμηνόπαυσιακές γυναίκες την πολυβιταμίνη **VM - Prime for Women**, επιστημονικά σχεδιασμένη ώστε να τις βοηθάει να ανταποκριθούν στις νέες τους απαιτήσεις, αλλά και να ζήσουν στο έπακρο τις χαρές που κρύβει η ζωή μετά τα 50.

Η ειδικά διαμορφωμένη για αυτές φόρμουλα της πολυβιταμίνης VM – Prime, μπορεί να βοηθήσει στην αποτελεσματική διαχείριση των συμπτωμάτων της κλιμακτηρίου και στην ομαλή μετάβαση στη μετά-εμμηνόπαυσιακή εποχή, ενώ παράλληλα συμβάλλει στην προστασία από την οστεοπόρωση λόγω της βιταμίνης D και του ασβεστίου που περιέχει. Οι βιταμίνες B6, B12 και το φολικό οξύ που περιέχει, φροντίζουν για την εύρυθμη λειτουργία του καρδιαγγειακού συστήματος, ενώ το σύμπλεγμα των βιταμινών, χαρίζει την απαραίτητη ενέργεια που χρειάζεται.

Η πολυβιταμίνη VM – Prime for Women παρέχει υψηλής βιοδιαθεσιμότητας βιταμίνες, μέταλλα, ιχνοστοιχεία καθώς και διατροφικά στοιχεία και συμβάλλει στη στήριξη της γενικότερης υγείας της ώριμης γυναίκας



Από την **ISOPLUS**

## Για υγιή οστά, στηριχτείτε στο Ασβέστιο... Στηριχτείτε στο Caltrate!



### Το Νο 1 συμπλήρωμα ασβεστίου στον κόσμο

Το ασβέστιο αποτελεί βασικό δομικό συστατικό των οστών και των δοντιών. Επίσης είναι απαραίτητο για την λειτουργία της καρδιάς, των μυών και του εγκεφάλου. Η εμμηνοπαυση, η εγκυμοσύνη, η γαλουχία, αυξάνουν τις ανάγκες του οργανισμού σε ασβέστιο. Η έλλειψη άσκησης, το κά-

πνισμα, η υπερκατανάλωση καφέ και αλκοόλ αυξάνουν τον κίνδυνο για οστεοπόρωση σε άνδρες και γυναίκες.

Το **Caltrate** συμπληρώνει καθημερινά τη διατροφή σε ασβέστιο και βιταμίνη D.

Περιέχει 600mg στοιχειακού ασβεστίου που προέρχεται από ανθρακικό ασβέστιο, την πιο πλούσια φυσική πηγή ασβεστίου, καθώς και 200 IU βιταμίνης D<sub>3</sub>, που κλινικά αποδεδειγμένα συμβάλλει στην απορρόφηση του ασβεστίου.

Σε μορφή δισκίου επικαλυμμένο με υμένιο, για εύκολη κατάποση.

*Από την Pfizer Hellas*

## Hexalen® Πονόλαιμος; Δεν χρειάζεται να μας περιορίζει!

Ο πονόλαιμος μπορεί να είναι μια καθημερινή ενόχληση η οποία περιορίζει στα άτομα τις δραστηριότητες της ημέρας και δεν τους επιτρέπει να επικοινωνήσουν όπως επιθυμούν.

Το στοματικό διάλυμα **Hexalen**, είναι η δοκιμασμένη και αξιόπιστη λύση που εμπιστεύονται οι γιατροί και οι φαρμακοποιοί εδώ και πολλά χρόνια. Έχει αποδειχθεί σε μελέτες ότι χάρη στη δραστική ουσία Εξετιδίνη, σε αντίθεση με τις κοινές παραμέλες, θεραπεύει από τη μόλυνση που προκαλεί φλεγμονή και ενοχλητικό πονόλαιμο. Η δράση της μπορεί να διαρκέσει από 8 έως 10 ώρες.

Χρησιμοποιείται το πρωί και συνεχίζεται η μέρα χωρίς περιορισμούς!

*Από την Johnson & Johnson Hellas Consumer*



## Colgate Duraphat® 500

### Καθημερινό Στοματικό Διάλυμα

Το Colgate Duraphat® 500 είναι ένα νέο ενισχυμένο στοματικό διάλυμα με αυξημένη συγκέντρωση φθορίου\* (500 ppm) για καθημερινό έλεγχο της τερηδόνας. Για παιδιά από 8 ετών και άνω, εφήβους και ενήλικες με αυξημένο τερηδονικό κίνδυνο, όπως τα άτομα σε ορθοδοντική θεραπεία, με πρόσφατη ενεργή τερηδόνα, ξηροστομία, ελλιπή στοματική υγιεινή. Δεν περιέχει αλκοόλη και διαθέτει πολύ ευχάριστη γεύση.

Για καθημερινή χρήση.

*\*σε σύγκριση με κοινό στοματικό διάλυμα καθημερινής χρήσης*

*Διατίθεται στα φαρμακεία από την Medihelm A.E. 210 8547802*



## Broncold SYRUP

### Φυσικό καταπραϊντικό σιρόπι για το βήχα, τον πονόλαιμο, το κρυολόγημα και την καταρροή

Το **Broncold** της **HealthAid** είναι ένας συνδυασμός από τα πιο γνωστά παραδοσιακά εκχυλίσματα φυτών, που καταπολεμούν αποτελεσματικά όλα τα συμπτώματα του κοινού κρυολογήματος και έχουν εξαιρετικές αντισηπτικές ιδιότητες για την προστασία του αναπνευστικού.

Περιέχει: Μέντα (καταπολεμά το κρυολόγημα, μαλακώνει τον ερεθισμένο λαιμό, τον πυρετό και τον πόνο των μυών), Γλυκάνισο (βοηθά στην αποσυμφόρηση της μύτης, ελευθερώνει την αναπνοή, καταπραϊνεί τον πονόλαιμο και το σπαστικό βήχα) και Κόκκινη πιπεριά (ανακουφίζει από την καταρροή, τον πονόλαιμο, το βήχα, ξηρό ή παραγωγικό, και το κρυολόγημα).

Να λαμβάνεται αμέσως μόλις εμφανιστούν τα πρώτα συμπτώματα του κρυολογήματος. Δοσολογία: Ενήλικες και παιδιά άνω των 12 ετών 2-3 κουταλάκια (10ml-15ml), παιδιά 6 έως 12 ετών 1-2 κουταλάκια (5ml-10ml). Η λήψη του μπορεί να επαναλαμβάνεται κάθε 2 έως 3 ώρες. Μην υπερβαίνεται τη δοσολογία.

*Από την Pharmacenter*



# ο βασιλιάς των ωμέγα-3 ΩΜΕΓΑ-3 από Krill Oil

Όλα τα λάδια Krill δεν είναι ίδια!

**Νευρικό σύστημα  
Εγκέφαλος • Ψυχική διάθεση  
Ανοσοποιητικό σύστημα  
Καρδιά και αγγεία  
Αρθρώσεις • Φλεγμονές  
Ευεξία • Αντιγήρανση**

Τα ωμέγα-3 λιπαρά οξέα είναι εξαιρετικά ευεργετικά για όλα τα παραπάνω, αλλά και για κάθε κύτταρο του σώματός μας.

Τα πιο αποτελεσματικά ωμέγα-3 (σε μορφή φωσφολιπιδίων) προέρχονται από λάδι κριλ της ανταρκτικής (δηλ. από μικρά οστρακόδερμα που ζουν στα παγωμένα νερά της ανταρκτικής).

Επιπλέον, το λάδι Κριλ περιέχει ασταξανθίνη, ένα ισχυρό αντιοξειδωτικό, πολύ ευεργετικό για το δέρμα, τα μάτια και τους μύς. Στην ασταξανθίνη οφείλεται το κόκκινο-πορτοκαλί χρώμα του σολομού, αλλά και η δύναμή του να διανύει τεράστιες αποστάσεις κόντρα στο ρεύμα και να υπερπηδά ακόμη και καταρράκτες.

Το Omega Krill της Nature's Plus, συλλεγόμενο από κρυστάλλινης καθαρότητας νερά της ανταρκτικής είναι το πιο ισχυρό λάδι κριλ, διεθνώς, αφού:

- Περιέχει φρεσκότατο, υψηλότερης ποιότητας Krill oil.
- Περιέχει τα υψηλότερα ποσοστά ωμέγα-3 λιπαρών οξέων.
- Περιέχει τα υψηλότερα ποσοστά ασταξανθίνης.
- Έχει τη μέγιστη απορρόφηση και βιοδιαθεσιμότητα, χάρη στο σύστημα EFASorb.
- Έχει τις υψηλότερες προδιαγραφές καθαρότητας (απουσία προσμίξεων και τοξικών ουσιών) με διπλή εγγύηση ταυτότητας προϊόντος με ποιοτικές/ποσοτικές αναλύσεις ανεξάρτητου εργαστηρίου.

Χάρην συγκρίσεως παραθέτουμε τα –φυσικώς ευρισκόμενα– συστατικά ανά κάψουλα: Λάδι Krill: 600mg. Βιτ. Α: 60 IU. Φωσφολιπίδια: 250mg. EPA: 94mg. DHA: 56mg. Ασταξανθίνη: 3mg (3.000mcg).

**Σημαντική σημείωση:** Η ποιότητα του Krill Oil από εταιρεία σε εταιρεία μπορεί να διαφέρει τεραστίως. Ένας από τους λόγους είναι η μεγάλη ευαισθησία του Krill Oil στην οξείδωση από το οξυγόνο του αέρα. Ένα οξειδωμένο (ταγγισμένο) λάδι, όχι μόνο κάνει τις ευεργετικές του ιδιότητες, αλλά γίνεται και βλαβερό, αφού είναι γεμάτο ελεύθερες ρίζες. Η Nature's Plus δεν ήταν δυνατόν να προσπεράσει το πρόβλημα: χάρη στο αποκλειστικό σύστημα Pure Assure όλη η διαδικασία παρασκευής γίνεται σε περιβάλλον αζώτου που αποτρέπει κάθε επαφή του λαδιού με το οξυγόνο του αέρα, ενώ και μέσα στην κάψουλα, το Krill Oil περιβάλλεται από ένα νέφος αζώτου. Επιπλέον, η κάψουλα είναι φτιαγμένη από υψηλής πυκνότητας ζελατίνη ψαριού, ώστε να αποτρέπεται η διείσδυση οξυγόνου μέσω των πόρων της. Σαν φυσικό συντηρητικό, έχει προστεθεί μια μικρή ποσότητα δενδρολίβανου ώστε να αποτρέπεται η ανάπτυξη μικροβίων.



**Nature's Plus®**  
The Energy Supplements®

## Sinomarín® ENT, από τη Γερολυμάτος International

Το Sinomarín® ENT είναι ένα 100% φυσικό, κλινικά δοκιμασμένο ρινικό αποσυμφορητικό. Είναι υπέρτονο διάλυμα θαλασσινού νερού (2,3% σε NaCl), πλούσιο σε όλα τα ευεργετικά συστατικά της θάλασσας (μεταλλικά άλατα και ιχνοστοιχεία).

Συνιστάται για ρινικές πλύσεις σε περιπτώσεις παχύρρευστων ή/και πυωδών ρινικών εκκρίσεων, καθώς και μετά από ενδορρινική χειρουργική επέμβαση.

Η αποτελεσματικότητα του Sinomarín® ENT οφείλεται σε δύο πολύ σημαντικά χαρακτηριστικά του:

1. Στη δυναμική εκτόξευση του εκχυόμενου διαλύματος. Έτσι καθαρίζει διεξοδικά τη μύτη απομακρύνοντας κρούστες, βλέννες και τυχόν παθογόνους παράγοντες που έχουν παγιδευτεί σε αυτές.
2. Στο υπέρτονο διάλυμα θαλασσινού νερού. Έτσι περιορίζει το οίδημα του ρινικού βλεννογόνου μέσω του φυσικού μηχανισμού της ώσμωσης, τον ενυδατώνει, προάγει την αποκατάστασή του και επαναφέρει τη φυσιολογική του λειτουργία προστατεύοντας από τις λοιμώξεις.

Το προϊόν είναι κατάλληλο για ενήλικες και παιδιά άνω των 10 ετών.

Το Sinomarín® ENT είναι ιατροτεχνολογικό προϊόν σύμφωνα με τις διατάξεις της οδηγίας 93/42 της Ευρωπαϊκής Ένωσης.



## Ronal για συνάχι, βουλωμένη μύτη και καταρροή

Για το μούκωμα και την καταρροή κάθε αιτιολογίας, όπως, συνάχι, κρυολόγημα, ρινίτιδα (εποχιακή ή χρόνια), ιγμορίτιδα, παραρινοκολπίτιδα, το Ronal αποτελεί τη λύση.

Το **Ronal**, προσφέρει άμεση απελευθέρωση της αναπνοής που διαρκεί.

Δρα άμεσα από τα πρώτα 3 λεπτά. Η δράση του μειώνεται σταδιακά μετά τις 6 ώρες γι αυτό και διαρκεί μέχρι και 12 ώρες.

Εξασφαλίζει ελεύθερη αναπνοή και έναν ήρεμο ύπνο.

Κατανέμεται ομοιόμορφα στη ρινική βλεννογόνο και δεν προκαλεί ερεθισμό.

Με ειδική δοσιμετρική αντλία ψεκασμού για ακριβή δοσολογική εφαρμογή.

Έχει εύκολη χρήση: 2 φορές την ημέρα (πρωί- βράδυ), με 2-3 ψεκασμοί / ρουθούνι κάθε φορά, όχι περισσότερο από 7 ημέρες. Δεν περιέχει κορτιζόνη.

Συστήνεται και σε παιδιά άνω των 7 ετών.



Από την Olvos Science

## Immiflex® για τόνωση του ανοσοποιητικού

Σε μία κοινωνία που το ανοσοποιητικό μας βάλλεται καθημερινά και ο οργανισμός καταπονείται από σωματική και ψυχολογική κόπωση, ήρθε τώρα το **Immiflex** να βοηθήσει στην αντιμετώπιση και την πρόληψη όλων των προβλημάτων που προκύπτουν από τα παραπάνω.

Πρόκειται για ένα συμπλήρωμα διατροφής, υπό τη μορφή κάψουλας, το οποίο στοχεύει στην τόνωση και ενίσχυση της φυσικής άμυνας του οργανισμού.

Το Immiflex® περιέχει 1.3/1.6 β-γλυκάνη (Wellmune WGP), ένα φυσικό πολυσακχαρίτη, ο οποίος έχει την ιδιότητα να τονώνει το ανοσοποιητικό σύστημα, την πρώτη γραμμή άμυνας του οργανισμού και να προάγει

την καλή λειτουργία του. Ο ειδικός τύπος β-γλυκάνης που περιέχεται, προέρχεται από τα κυτταρικά τοιχώματα του ζυμομύκητα *Saccharomyces cerevisiae* και έχει υψηλή αποτελεσματικότητα

στη μεγιστοποίηση της ανοσοποιητικής δύναμης του οργανισμού. Είναι ιδανικό για όσους θέλουν να βοηθηθούν σε περιόδους έντονου στρες, όσους κάνουν έντονη σωματική άσκηση, και σε άτομα των οποίων το ανοσοποιητικό σύστημα καταπονείται ιδιαίτερα στην καθημερινή τους ζωή



Από τον ΠΑΝ.ΣΥ.ΦΑ



# σειρά **Thymo**<sup>®</sup>

καταπραΰνει το λαιμό  
από το **βήχα**,  
τους **ερεθισμούς** και  
τη **βραχνάδα**



Με σύμμαχο  
τις ευεργετικές ιδιότητες  
του **θυμαριού\***



\*Αντιβακτηριακή, αντιφλεγμονώδης, αντιοξειδωτική,  
σπασμολυτική και αποχρεμτική δράση

**ΣΕ 3 ΜΟΡΦΕΣ**

Παστίλιες: **Thymotabs**  
Σιρόπι: **Thymoseptine**  
Σπρέι: **Thymospray**



Οι Ειδικοί στη Φυτοθεραπεία



## Γερμανία Οι Γερμανοί φαρμακοποιοί περνάνε στη δράση

Καθώς δεν εισακούγονται από την κυβέρνηση, οι γερμανοί φαρμακοποιοί κατέβηκαν σε κινητοποιήσεις τον περασμένο Σεπτέμβριο, με βασικό αίτημα να επανεκτιμηθεί η αμοιβή τους στην εκτέλεση κάθε συνταγής, που από το 2004 παραμένει στα 8,1 ευρώ ανά κουτί, συν ένα 3% περιθώριο κέρδους. Με τον υπάρχοντα πληθωρισμό, η οικονομική τους κατάσταση χειροτερεύει και απαιτούν αύξηση στα 9,14 ευρώ. Η κυβέρνηση, διατηρώντας μια αυστηρή χρηματοοικονομική πολιτική, συγκατατίθεται μόνο σε μια αύξηση 25 λεπτών από αρχές του 2013, παρόλο που τα ασφαλιστικά ταμεία θα έχουν πλεόνασμα στο τέλος του 2012, 25 δις ευρώ!

Στην ουσία οι φαρμακοποιοί παίρνουν μια αύξηση του 3,1% μέσα σε 9 χρόνια, δηλαδή ένα μέσο όρο 0,3% το χρόνο, παρόλο που τα έξοδά τους αυξάνονται και συνεπώς το εισόδημά τους φθίνει χρόνο με το χρόνο.

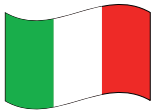
Έτσι λοιπόν είναι έτοιμοι για νέες κινητοποιήσεις. Ο εθνικός τους σύλλογος ABDA επισημαίνει ότι η οικονομία των φαρμακείων παραμένει πολύ εύθραυστη από την οικονομική κρίση, αλλά και από τα πολύ αυστηρά μέτρα της κυβέρνησης. Ο αριθμός των φαρμακείων που κλείνει αυξάνει συνεχώς. Στην πραγματικότητα ένα φαρμακείο κλείνει κάθε μέρα, γεγονός που παρατηρήθηκε έντονα από το 2011 και μετά.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ένας αυξανόμενος αριθμός φαρμακοποιών θεωρεί ότι τα συλλογικά τους όργανα δεν είναι αρκετά μαχητικά με την κυβέρνηση. «Πόλεμος» εκπώσωσαν μεταξύ e-φαρμακοποιών και φαρμακοποιών. Το Ανώτατο Γερμανικό Δικαστήριο απαγόρευσε στα τέλη του Αυγούστου, τους ξένους φαρμακοποιούς να κάνουν εκπώσεις για τα συνταγογραφούμενα φάρμακα που εξαγοράζονται μέσω του διαδικτύου, γεγονός για το οποίο η ομοσπονδία τους EAMSP ανακοίνωσε την πρόθεσή της να απευθυνθεί στο Ευρωπαϊκό δικαστήριο.

Οι Γερμανοί φαρμακοποιοί με φυσικά φαρμακεία, οι οποίοι είναι αναγκασμένοι να έχουν μια καθορισμένη τιμή για τα συνταγογραφούμενα φάρμακα, έκαναν παράπονα για αθέμιτο ανταγωνισμό με τους e-φαρμακοποιούς που ενεργούν κυρίως στις Κάτω Χώρες.

Δεν είναι σπάνιο να γίνονται εκπώσεις της τάξεως των 15 ευρώ ανά φάρμακο για αυτές τις χώρες που ειδικεύονται στην πώληση φαρμάκων μέσω διαδικτύου. Σύμφωνα με την IMS Health ο τζίρος της πώλησης στο ιντερνέτ έχει αυξηθεί κατά 5,5% το πρώτο εξάμηνο του 2012, ενώ ο τζίρος στα φυσικά φαρμακεία στη Γερμανία έχει αυξηθεί μόνο κατά 1,8%. Προς το παρόν ο γερμανός Υπουργός Υγείας επανέφερε ένα επιπρόσθετο άρθρο που αναγκάζει τους ξένους φαρμακοποιούς να σέβονται την προκαθορισμένη τιμή των φαρμάκων, το οποίο εφαρμόζεται αυστηρά από τον Οκτώβρη '12.

**Το e-φαρμακείο DOC MORRIS.** Η Celesio, έπειτα από την εξαγορά του e-φαρμακείου Doc Morris έναντι 200 εκατομμυρίων ευρώ και μετά από 5 έτη, αφού υπέστη απώλειες της τάξης των 184 εκατομμυρίων ευρώ καθώς και το μοϊκοτάζ των γερμανών φαρμακοποιών, κατέφυγε στη μεταπώληση της Doc Morris στο ελβετικό e-φαρμακείο, Zur Rose, έναντι 25 εκατομμυρίων ευρώ. Έχοντας λοιπόν πληρώσει μια περιουσία, ο παλιός πρόεδρος της Celesio ήλπιζε στη δημιουργία αλυσίδων, γεγονός που απαγορεύτηκε ρητά από το Γερμανικό Ανώτατο Δικαστήριο, προς όφελος των ανεξάρτητων Ευρωπαϊκών φαρμακοποιών, διακόπτοντας οριστικά κάθε ενέργεια σχετικά με την απελευθέρωση του φαρμακείου στην Ευρώπη και δημιουργία αλυσίδων.



## Ιταλία Εξοργισμένοι οι φαρμακοποιοί με τα νέα μέτρα λιτότητας

«Έχουμε γίνει αυτόματοι διανομείς της κυβέρνησης του Μάριο Μόντι» τονίζουν οι φαρμακοποιοί και οι εκπρόσωποι τους. Λόγω των μέτρων λιτότητας και των νέων φόρων που επιβλήθηκαν από την κυβέρνηση των τεχνοκρατών για να μειωθούν οι δημόσιες δαπάνες, η κυβέρνηση έκανε μια μείωση της τάξης των 2,25% των συνταγογραφούμενων φαρμάκων από τα ταμεία. Ήταν μια απόφαση για να μειωθούν οι δαπάνες του συστήματος υγείας. Εδώ και ενάμιση χρόνο οι ιταλοί φαρμακοποιοί έχουν μια μείωση της τάξης των 1,4% των συνταγογραφούμενων φαρμάκων, ενώ παράλληλα η αύξηση φορολογίας στους πολίτες μειώνει γενικά τον τζίρο στα φαρμακεία τους. Υπολογίζουν ότι ο τζίρος τους φέτος θα μειωθεί κατά 40% παρόλο που προβλέπεται αύξηση κατά 10% του αριθμού των συνταγών. Ένα φαρμακείο στα τέσσερα βρίσκεται σε κρίση, εκατοντάδες διαδικασίες πτώχευσης σε εξέλιξη, ενώ παράλληλα οι τράπεζες πιέζουν τα φαρμακεία να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους. Τα κρατικά ταμεία αποπληρώνουν πλέον τα φαρμακεία σε έξι έως επτά μήνες, ενώ μέχρι πρόσφατα τα αποπληρώναν σε 60 μέρες. Αντίθετα οι φαρμακοποιοί εξοφλούν τους προμηθευτές τους στην ώρα τους! Ένα μέλος του συνδικάτου Federfarma, ο Luca Barberini, επισημαίνει, «Πρώτα απ' όλα πρέπει να ανανεώσουμε το οργανόγραμμα της Federfarma με αντιπροσώπους ικανούς να προασπίσουν τα συμφέροντά μας απέναντι στο κράτος. Στη συνέχεια να δημιουργήσουμε ένα σύστημα επικοινωνίας κατάλληλο για να επηρεάσουμε την κοινή γνώμη για την κρίση που περνάνε οι φαρμακοποιοί και ότι ο αγώνας μας είναι για να διατηρήσουμε την ποιότητα των υπηρεσιών υγείας.» Ο ίδιος τονίζει επίσης ότι για να επιβιώσουν οι φαρμακοποιοί πρέπει να μετατρέψουν τα φαρμακεία τους σε supermarket, ώστε να πουλούν και άλλα προϊόντα πιο καταναλωτικά για να αυξήσουν το εισόδημά τους.

**Η Ιταλία δίνει έμφαση στα γενόσημα.** Για να αναπυχθεί η αγορά των γενόσημων η Ιταλία υποχρεώνει τους γιατρούς να αναγράφουν τα φάρμακα με τη δραστική τους ουσία, ένα μέτρο που βρήκε πολλές αντιδράσεις των γιατρών αλλά και ορισμένων φαρμακοποιών. Το μέτρο αυτό έχει τεθεί σε εφαρμογή από τον Αύγουστο του 2012 και εντάσσεται μέσα στα μέτρα της εξοικονόμησης δαπανών της κυβέρνησης. Έτσι ευνοείται η ανάπτυξη της αγοράς των γενόσημων, που είναι κατά το ήμισυ πιο φθηνά από τα πρωτότυπα. Για να μπορέσει ένας γιατρός να γράψει ένα πρωτότυπο θα πρέπει να αιτιολογήσει την απόφασή του πάνω στην συνταγή. Φυσικά οι φαρμακευτικές εταιρίες αντέδρασαν έντονα στην κυβέρνηση και μάλιστα ορισμένες απειλούν ότι θα φύγουν απ' τη χώρα.

Αυτή η απόφαση θέτει σε κίνδυνο τους 130.000 υπαλλήλους της φαρμακευτικής βιομηχανίας. Με ένα ποσοστό αντικατάστασης 32,2% μέχρι τώρα, η αγορά των γενόσημων αντιμετωπίζει δυσκολίες ανάπτυξης. Λόγω έλλειψης επικοινωνίας τους προς το κοινό και λόγω έλλειψης εμπιστοσύνης ορισμένων φαρμακοποιών σε αυτά. Αποδεχόμενος ένα γενόσημο ο ασθενής στην Ιταλία δεν πληρώνει τίποτα, ενώ για κάθε πρωτότυπο φάρμακο πληρώνει 4€ το κουτί. Όλα λοιπόν έρχονται στα χέρια των φαρμακοποιών για να προτιμήσουν ένα γενόσημο από ένα άλλο, ισχυρίζονται οι γιατροί. Όσο αφορά τους φαρμακοποιούς, άλλοι είναι πρόθυμοι να ξεκινήσουν την παροχή αντιγράφων, ενώ άλλοι συμβουλεύουν τους ασθενείς τους να αποφεύγουν τα γενόσημα. Σε γενικές γραμμές οι συνδικαλιστικοί τους φορείς θεωρούν ότι θα πρέπει να ενημερώνουν τον καταναλωτή και να αφήσουν την επιλογή σ' αυτόν.



## Βέλγιο

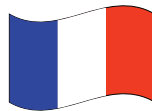
### Φαρμακοποιοί, οι μόνοι αρμόδιοι για την

#### προετοιμασία των δόσεων

Από την πρώτη Δεκεμβρίου '12, οι Βέλγοι φαρμακοποιοί θα πρέπει να συμμορφώνονται με τους νόμους που έχουν δημοσιευθεί στις 24 Σεπτεμβρίου για την προετοιμασία της εξατομικευμένης φαρμακευτικής αγωγής στις ανάλογες δόσεις για τους οίκους ευγηρίας που διανέμουν. Αυτό το βασικό διάταγμα καθορίζει λεπτομερώς τις διαδικασίες προετοιμασίας που θα πρέπει να διεξαχθούν, όπως, τα στοιχεία ταυτότητας του ασθενή, του φαρμακοποίου και του ιατρού, τις ημέρες και ώρες της χορήγησης, το όνομα και τη δοσολογία των φαρμάκων καθώς και τον αριθμό μονάδων της παρτίδας... Το διάταγμα επιτρέπει την επέκταση αυτής της υπηρεσίας και σε εξωτερικούς ασθενείς.

#### Αυταπάτες σχετικά με την ανταμοιβή για τις φαρμακευτικές υπηρεσίες

Πολλές από τις διατάξεις του νέου βασιλικού διατάγματος ικανοποιούν τη Βελγική Ένωση Φαρμακοποίων (APB). Οι 4200 φαρμακοποιοί μέλη είναι ικανοποιημένοι με αυτό το νομικό πλαίσιο που ενσωματώνει την προετοιμασία της εξατομικευμένης φαρμακευτικής αγωγής (PMI) στη φαρμακευτική περίθαλψη, εξασφαλίζει την ασφάλεια και την ποιότητα της παροχής και εμποδίζει τους οίκους ευγηρίας να αποσύρουν τα ρομπότ που έχουν ήδη εγκαταστήσει. «Αυτή η διάταξη βελτιώνει την ποιότητα», ανακοινώνει με ευχαρίστηση ο Jan Depoorter, γενικός γραμματέας του APB, ο οποίος συμπληρώνει επιτιμητικά: «Εξασφαλίζει την παροχή ποιοτικής φροντίδας με μία χρηματική ανταμοιβή για τους φαρμακοποιοί.» Χωρίς πολλές αυταπάτες όμως, «Ζητούμε ανταμοιβή αλλά δεν υπάρχει ανάλογος προϋπολογισμός του συστήματος υγείας.»



## Γαλλία

### Πως τα φαρμακεία θα αντισταθούν στις μειώσεις των τιμών

Ενώ η κυβέρνηση αποζητά να κάνει περικοπές δαπανών, ο προσηχής προϋπολογισμός 2013 του συστήματος υγείας θα πρέπει να επανεξετάσει τη συνεισφορά του φαρμακευτικού τομέα. Οι φαρμακοποιοί θα μπορούσαν να μειώσουν τις δαπάνες, χάρη στην αντικατάσταση με γενόσημα και τη θεσμοθέτηση τελών διανομής στην ανταμοιβή τους. Μέσα σε ένα περιβάλλον μειώσεων των δαπανών και αυξήσεων των φόρων, ο υπουργός υγείας σκέπτεται μέτρα για το φαρμακευτικό τομέα, όπως η μείωση των κερδών των φαρμακοποίων μέσω μειώσεων τιμών που θα αποφέρει εξοικονόμηση 400 εκατομμυρίων ευρώ.

Εκτός αυτού η αντικατάσταση από τους φαρμακοποιοί με γενόσημα και η επιβράβευσή τους γι' αυτό από τον ασφαλιστικό φορέα, είναι ένα επιπρόσθετο μέτρο. Το μέτρο αυτό φυσικά θα πρέπει παράλληλα να συνοδευτεί με μια κατάλληλη επικοινωνία προς το κοινό.

Ήδη η αντικατάσταση από τους φαρμακοποιοί είναι σε καλό δρόμο, παρόλο που η ένδειξη «αναντικατάστατο» είναι πολύ συχνή από μέρους των γιατρών. Από την εφαρμογή αυτού του μέτρου το ποσοστό αντικατάστασης με γενόσημα έχει φτάσει ήδη στο 75% και ο στόχος της κοινωνικής ασφάλισης είναι να φτάσει στο 80% μέχρι το τέλος του 2012, γεγονός που θα εξοικονομήσει 200 εκ ευρώ.

#### 500 φαρμακεία σε κίνδυνο

Τα τελευταία 5 χρόνια 500 φαρμακεία έχουν κλείσει στη Γαλλία, κυρίως λόγω μείωσης του τζίρου και πάνω από 500 κινδυνεύουν να κλείσουν σύντομα.

Παρόλα αυτά η κυβέρνηση δίνει μηνύματα αισιοδοξίας, καθώς θα εφαρμοστεί σύντομα το σύστημα ανταμοιβής των φαρμακοποίων βάση τέλους διανομής και επιπλέον βάση ανταμοιβής για προσφερόμενες φαρμακευτικές υπηρεσίες, κυρίως για την καλύτερη παρακολούθηση των χρόνιων ασθενών.



## Κόσμος

### Η παγκόσμια αγορά του φαρμάκου σε μεγάλη αναταραχή

Ενώ τα αναπτυγμένα κράτη αναζητούν να μειώσουν τη φαρμακευτική δαπάνη που καλύπτεται από τα συστήματα των ασφαλιστικών φορέων τους, οι υποανάπτυκτες χώρες ψάχνουν για συλλογικά συστήματα για να βελτιώσουν τη φροντίδα υγείας των πολιτών τους. Οι εκτιμήσεις της IMS Health για την παγκόσμια αγορά του φαρμάκου το 2012-16 δείχνουν μια αύξηση του 3-6%, με πολλές όμως γεωγραφικές αποκλίσεις στην κατανομή. Έτσι τα εξελιγμένα κράτη όπως οι ΗΠΑ, η Ιαπωνία και η Δυτική Ευρώπη θα έχουν μια μικρή αύξηση έως και μείωση της φαρμακευτικής αγοράς, ενώ αντίθετως όλες οι υπό ανάπτυξη χώρες (Κίνα, Βραζιλία, Ινδία, Νότιος Αμερική και Ανατολική Ευρώπη) θα έχουν ανάπτυξη μεταξύ 12-15%, διότι αρχίζουν να εφαρμόζουν συστήματα κοινωνικής ασφάλισης. Αν και οι ανεπτυγμένες χώρες κυρίως στην Ευρώπη διαθέτουν το 9-10% του ΑΕΠ σε δαπάνες υγείας και οι ΗΠΑ το 15%, οι υποανάπτυκτες χώρες δεν ξεπερνούν το 3-4% σ' αυτόν τον τομέα. Οι κάτοικοί τους τις περισσότερες φορές πληρώνουν απ' την τσέπη τους το κόστος της φαρμακευτικής φροντίδας, ενώ αντίθετα οι ευρωπαίοι συμμετέχουν κατά μέσο όρο μόνο με 20% στη δαπάνη των φαρμάκων τους. Οπωσδήποτε υπάρχουν διαφορές από ένα κράτος σε άλλο. Αυτές οι σημαντικές εξελίξεις των τελευταίων χρόνων στην παγκόσμια αγορά, απαιτούν μια ανάλογη και γρήγορη προσαρμογή της φαρμακευτικής βιομηχανίας, η οποία για πρώτη φορά υπόκειται στις επιπτώσεις μιας κρίσης η οποία δεν φαίνεται να τελειώνει σύντομα. Η ανάπτυξη των γενεσοήμων θα φθάσει σύντομα σε κορεσμό και στο μέλλον η εξοικονόμηση δεν θα οφείλεται στη μεγάλη διεύθυνση τους, αλλά στην οικονομική τιμή τους, γεγονός που θα προκαλέσει μια δυνατή αναστάτωση. Η πρόβλεψη της ευρωπαϊκής οικονομίας έρχεται σε μεγάλη αντίθεση με τον υπόλοιπο κόσμο, όπου όλο και περισσότερα άτομα αποκτούν πρόσβαση στο φάρμακο και η τάση θα είναι μεγαλύτερη στο μέλλον. Εντούτοις τα ευρωπαϊκά συστήματα υγείας θα πρέπει να κάνουν επιλογές επιχορήγησης και να ζητήσουν περισσότερο από τους πολίτες τους να βάλουν το χέρι στην τσέπη.

# 4<sup>n</sup> Ημερίδα Φαρμακοποιών

## Φαρμακείο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΥΓΕΙΑΣ

### Κυριακή, 20 Ιανουαρίου 2013 - 8:30 έως 19:00

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



## Σήμερα οι απαντήσεις για το μέλλον σας βρίσκονται στα χέρια σας!

Ελάτε να τις ανακαλύψουμε μαζί στην 4<sup>η</sup> Ημερίδα Φαρμακοποιών.

Με Ομιλίες, workshops, στρογγυλά τραπέζια και αντιπαραθέσεις πάνω στα νέα δεδομένα που αντιμετωπίζει το Ελληνικό φαρμακείο.

Με νέες ιδέες για την επιχειρηματική δραστηριότητα του φαρμακείου σας, για συνεργασίες, για υπηρεσίες και όχι μόνο...

Για ν' ανταλλάξετε εμπειρίες με τους συναδέλφους σας, να συναντήσετε τους στρατηγικούς σας συνεργάτες προμηθευτές, αλλά και να διασκεδάσετε!

Η 4<sup>η</sup> Ημερίδα θα εμπλουτιστεί με ομιλίες από Ευρωπαίους ομιλητές με πλήρη μεταφραστικό εξοπλισμό, για να δώσει το στίγμα



Η ετήσια Ημερίδα Φαρμακοποιών έχει γίνει πλέον θεσμός!

Με κεντρικό θέμα «**Φαρμακείο: Επιχειρηματικότητα & Επικοινωνία Υγείας**», η Ημερίδα έχει σαν στόχο να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις ενός φαρμακείου που αλλάζει, ενός καταναλωτή που αλλάζει, ενός κοινωνικού και εμπορικού περιβάλλοντος που αλλάζει, μέσα σε ένα περιβάλλον οικονομικής κρίσης και περικοπών.

Η επιχειρηματικότητα πρέπει πλέον να συμπληρώνει τον επιστημονικό σας ρόλο. Η αγορά το απαιτεί!

Ας αναζητήσουμε λοιπόν λύσεις και ευκαιρίες για το επάγγελμά μας για να επιβιώσουμε αλλά και γιατί όχι για να αναπτυχθούμε.

Η πληροφόρηση, η εκπαίδευση, η ανταλλαγή ιδεών με συνεργάτες και συναδέλφους, ο στρατηγικός προβληματισμός, έχουν γίνει απαραίτητα σήμερα για αυτούς που θέλουν να πάνε μπροστά.

Για μία ολόκληρη ημέρα, η 4<sup>η</sup> εκπαιδευτική Ημερίδα, θα σας δώσει την ευκαιρία να παρακολουθήσετε ενδιαφέρουσες ομιλίες πάνω σε θέματα Διοίκησης, Marketing, Διαχείρισης και κυρίως Επικοινωνίας, Θεραπευτικής προσέγγισης, και Υπηρεσιών υγείας προς τον πελάτη, ενότητες που πραγματεύεται το ίδιο το περιοδικό **PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ** που διοργανώνει και την Ημερίδα.

Με την Αιγίδα των:



1 9 6 2 - 2 0 1 2



*αξίζει να είστε όλοι εδώ!*

Η Ημερίδα απευθύνεται σε Φαρμακοποιούς και συνεργάτες τους, σε στελέχη πωλήσεων και marketing εταιρειών και σε όλους όσους δραστηριοποιούνται στο χώρο του Φαρμακείου.

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

Η 4<sup>η</sup> Ημερίδα προτείνει ένα πρόγραμμα 19 Ομιλιών, σε 4 διαφορετικές και σύγχρονες αίθουσες, με εισηγητές Πανεπιστημιακούς, Φαρμακοποιούς και Στελέχη της αγοράς. Παράλληλα σε ξεχωριστούς χώρους στο ισόγειο, 1ο και 2ο όροφο θα λειτουργήσουν, καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας, εργαστήρια με ιδιαίτερες παρουσιάσεις από τις εταιρείες που τα διοργανώνουν.

Όπως κάθε χρόνο, θα έχετε την ευκαιρία να επισκεφτείτε τα περίπτερα των εταιρειών, Χορηγών, Υποστηρικτών και Συμμετεχόντων της εκδήλωσης και να ανακαλύψετε τα νέα τους προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και να συνομιλήσετε με τα στελέχη τους.

Στο τέλος της Ημερίδας θα διασκεδάσουμε όλοι μαζί με ζωντανή μουσική, ποτά και snacks, για να χαιρετίσουμε τη λήξη της και να ευχηθούμε και του χρόνου!

**Και μην ξεχνάτε... αυτό που οι άλλοι αποκαλούν «κρίση» εμείς το βλέπουμε σαν ευκαιρία για να γίνουμε ακόμα καλύτεροι!**

**Η Συμμετοχή στην Ημερίδα Είναι ΔΩΡΕΑΝ με Parking, Καφέδες, Αναψυκτικά, Snacks, Cocktail Γεύμα και Live Music Cocktail Party!**

**ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ**  
Τ.: 210 984 3274 από 09:00 έως 14:00  
F: 211 800 5575 - info@PharmaManage.gr

# Δείτε το Φαρμακείο σας με ένα άλλο βλέμμα...

Ανακαλύψτε τις λύσεις και προσαρμόστε τη στρατηγική και τις ενέργειές σας.

Εφαρμόστε νέα εργαλεία επικοινωνίας, τώρα σε μια νέα εποχή, με μία νέα κατάσταση πραγμάτων.

## Α΄ ΕΝΟΤΗΤΑ: 7 ΟΜΙΛΙΕΣ - 9:30 έως 13:10

- 09:30 - 09:45** Χαιρετισμός  
Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις
- 09:45 - 10:00** Ο Ρόλος της εκπαίδευσης στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του Φαρμακείου.  
Αθανάσιος Ρούλιας, Γενικός Διευθυντής της Ελληνικής Εταιρίας Διοικήσεως Επιχειρήσεων  
Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις
- 10:00 - 11:00** Το φαρμακείο αλλάζει, ας δράσουμε έγκαιρα.  
Πόπη Χαραμή, Φαρμακοποιός, Εκδότης του Περιοδικού PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ  
Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις
- 11:00 - 11:40** Διάλειμμα -Snacks - Καφές
- 11:40 - 12:30** Ανάπτυξη της κατηγορίας των Φυσικών προϊόντων στο κανάλι του Φαρμακείου.  
Μια προοπτική για τον Έλληνα φαρμακοποιό.  
Christian P. Bonifazi, General Export Manager Aboca Italia  
Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις
- 11:40 - 12:30** Αλυσίδες Εκμετάλλευσης Φαρμακείων από ιδιοκτήτες φαρμακοποιούς.  
Γιάννης Μακρυγιάννης, Φαρμακοποιός, Πρόεδρος Φαρμακευτικού Συλλόγου Λάρισας και Μέλος του ΔΣ του Πανελληνίου Φαρμακευτικού Συλλόγου  
2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 161 θέσεις
- 11:40 - 12:30** Από την επιστήμη στην τέχνη.  
Ανδρέας Καλλιβωκάς, Φαρμακοποιός  
2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 206 θέσεις
- 11:40 - 12:30** Μετατρέψτε τα δεδομένα σε εύληπτη πληροφορία B.I., Σύστημα επιχειρηματικής ευφυΐας φαρμακείου.  
Μάκης Μαυρογιάννης, Αντιπρόεδρος-C.S.A.  
Μιλήστε στον Πελάτη για αυτό που τον ενδιαφέρει, πριν ο ίδιος το σκεφτεί!  
CRM Διαχείριση σχέσεων με πελάτες.  
Κώστας Δημητρόπουλος, Εμπορικός Δ/ντής CSA  
2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 109 θέσεις
- 12:30 - 13:10** Διάλειμμα -Snacks - Καφές

## Β΄ ΕΝΟΤΗΤΑ: 4 ΟΜΙΛΙΕΣ - 13:10 έως 15:00

- 13:10 - 14:00** Τα Συντηρητικά στην κοσμητολογία.  
Ένα αναγκαίο κακό;  
Δρ. Didier Coustou, Ιατρός-Δερματολόγος, Επιστημονικός Σύμβουλος Ομίλου Pierre Fabre  
Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις

- 13:10 - 14:00** Οι Νέοι κόντρα στην κρίση.  
Φανή Κιουμουρτζίδη, Φαρμακοποιός  
Πέτρος Παπαδόπουλος, Φαρμακοποιός  
Χρυσάνθη Φετινίδου, Φαρμακοποιός  
Συντονίζει η Μάτα Χαροκόπου, Φαρμακοποιός  
2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 161 θέσεις
- 13:10 - 14:00** Το φαρμακείο στη νέα εποχή. Η χρήση των νέων τεχνολογιών στην ανάπτυξη υπηρεσιών για τη δημιουργία πιστού πελατολογίου.  
Κώστας Δούνας, Εμπορικός Διευθυντής Medihelm AE  
2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 206 θέσεις
- 13:10 - 14:00** Ακράτεια ούρων: Κλινική προσέγγιση και σύγχρονη αντιμετώπιση.  
Χαράλαμπος Κωνσταντινίδης, Χειρουργός Ουρολόγος  
Με την υποστήριξη της Pfizer  
2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 109 θέσεις
- 14:00 - 15:00** Coctail Γεύμα

## Γ΄ ΕΝΟΤΗΤΑ: 4 ΟΜΙΛΙΕΣ - 15:00 έως 16:30

- 15:00 - 15:50** Το τέλος των αντιβιοτικών;  
Τι θα τα αντικαταστήσει;  
Paul Clayton, Επιστημονικός Συνεργάτης ΠΑΝ.ΣΥ.ΦΑ.  
Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις
- 15:00 - 15:50** Αυτοθεραπεία και Φάρμακα Ευρείας Χρήσης (ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ).  
Πυλώνας επαγγελματικής και οικονομικής ανάπτυξης στα χρόνια της κρίσης.  
Βασίλειος Σ. Σερέτης, Φαρμακοποιός, Πρόεδρος ΕΦΕΧ  
2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 161 θέσεις
- 15:00 - 15:50** Πρακτικές επιβίωσης σε περίοδο ύφεσης.  
Γεώργιος Ι. Αυλωνίτης, Καθηγητής Μάρκετινγκ, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.  
2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 206 θέσεις
- 15:00 - 15:50** Η Δημιουργική Πώληση στο Φαρμακείο: Πρόκληση ή αναγκαιότητα;  
Νίκος Βελτράς, Οικονομολόγος  
2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 109 θέσεις
- 15:50 - 16:30** Διάλειμμα -Snacks - Καφές

# ΑΞΙΖΕΙ να είστε όλοι ΕΔΩ!



19 Ομιλίες και 8 Εργαστήρια, που θα σας βοηθήσουν να διαμορφώσετε μια σαφή εικόνα για τους τομείς και τις μεθόδους που μπορεί να δραστηριοποιηθείτε, με κυρίαρχο στόχο την εξέλιξη της επιχείρησής σας και του επιστημονικού σας ρόλου ως λειτουργός υγείας!

## Δ΄ ΕΝΟΤΗΤΑ: 4 ΟΜΙΛΙΕΣ - 16:30 έως 17:20

- 16:30 - 17:20** **Τα επώνυμα γενόσημα στην Ευρώπη.**  
Dr. Alexander Natz, Γενικός Γραμματέας της Ευρωπαϊκής Συνομοσπονδίας Φαρμάκων (EUROPE-[www.europe.org](http://www.europe.org)). Χορηγός ΕΛΠΕΝ  
**Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις**
- 16:30 - 17:20** **Οι δέκα βασικοί δείκτες παρακολούθησης της ρευστότητας. Προγραμματισμός, Ευκαιρίες, Κίνδυνοι.**  
Γιάννης Κοντάκος, Οικονομολόγος.  
**2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 161 θέσεις**
- 16:30 - 17:20** **Πολιτική φαρμάκου σε συνθήκες περιορισμένων πόρων: Αδιέξοδο ή ευκαιρία;**  
Κυριάκος Σουλιάτης, Επίκουρος Καθηγητής Πολιτικής Υγείας Πανεπιστημίου Πελοποννήσου  
**2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 206 θέσεις**
- 16:30 - 17:20** **Ο ρόλος των εκδόχων και της δραστικής ουσίας στην αποτελεσματικότητα της θεραπευτικής αγωγής.**  
Κωνσταντίνος Ν. Δεμέτζος, Καθηγητής Φαρμακευτικής Νανο-Τεχνολογίας Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.  
**Ακολουθεί ανοικτή συζήτηση.**  
Συντονίζει ο Ανδρέας Καλλιβωκάς, Φαρμακοποιός  
**2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 109 θέσεις**

**Παρακαλούμε να προγραμματίσετε το χρόνο σας  
έγκαιρα και σύμφωνα με τις ομιλίες  
και τα εργαστήρια που σας ενδιαφέρουν!**

**Εγγραφείτε ΤΩΡΑ!**

Για τη ΔΩΡΕΑΝ συμμετοχή σας, εγγραφείτε:  
Δευτέρα - Παρασκευή 09:00 έως 14:00  
Τ.: 210 984 3274 - F.: 211 800 5575  
[info@PharmaManage.gr](mailto:info@PharmaManage.gr)

Η Συμμετοχή στην Ημερίδα Είναι ΔΩΡΕΑΝ,  
με Parting Καφέδες, Snacks, Αναμνηστικά,  
Cocktail Γεύμα και Live Music Cocktail Party!

## 8 Εργαστήρια - 10:00 έως 17:30

- 1. Προτάσεις για το εργαστήριο του σύγχρονου φαρμακείου.**  
Υπεύθυνη κρατήσεων: κα Αζακά Ιουλία Τ.: 210 2693600 (εσωτ.25)  
**Ισόγειο: Ειδικά διαμορφωμένος χώρος στο Περίπτερο της ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΑΕ**
- 2. ΑΝΑΛΛΟΙΩΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ με 0% Paraben, Συντηρητικά και Άρωμα.**  
Ανακαλύψτε τη νέα εποχή Exomega D.E.F.I της A-DERMA  
**Χορηγός, Δερματολογικά Εργαστήρια A-DERMA**  
**1ος Όροφος: Ειδικά διαμορφωμένος χώρος**
- 3. Σεμινάριο ΚΟΡΡΕΣ\_ΠΡΟΣΩΠΟ**  
Εισηγήτρια: Ντίνα Χρυσομαλλίδου  
Κρατήσεις: Τ.: 213 018 8934 ή στο email: [georgia.kounadi@korres.com](mailto:georgia.kounadi@korres.com)  
**1ος Όροφος: Καφενείο - 90 θέσεις**
- 4. Η Επόμενη Γενιά στα Συστήματα Αυτομέτρησης και οι Νέες Υπηρεσίες για Φαρμακοποιούς**  
**Σύγχρονη Αντιμετώπιση της Στυτικής Δυσλειτουργίας: Ο ρόλος του Επιστήμονα Φαρμακοποιού.**  
**Χορηγός, Bayer**  
Υπεύθυνη κρατήσεων: κα Άντζελα Παπαδημητρίου, Τ.: 210 6187629  
**1ος Όροφος: Αίθουσα Σεμέλη 1 - 35 θέσεις**
- 5. ΒΑΦΕΣ ΜΑΛΛΙΩΝ: Ευκαιρία ανάπτυξης για το φαρμακείο.**  
**Χορηγός, APIVITA**  
Υπεύθυνη κρατήσεων: ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, κα Πόλυ Σιώτα, Τ.: 2310 946280  
ΑΘΗΝΑ, κα Ηλιάνα Χρονοπούλου, Τ.: 210 2854442  
**1ος Όροφος: Αίθουσα Σεμέλη 2 - 65 θέσεις**
- 6. Νέα εποχή στο Φαρμακείο: Πρακτικοί τρόποι & συμβουλές για πιο κερδοφόρα διαχείριση πελάτη.**  
Κρατήσεις στο 800-500-1555 (γραμμή χωρίς χρέωση) ή στο email: [pharma-academy@its.jnj.com](mailto:pharma-academy@its.jnj.com).  
**Χορηγός, Johnson & Johnson Consumer AE**  
**1ος Όροφος: Αίθουσα Φαίδρα 2 - 45 θέσεις**
- 7. Κάρτα Πιστότητας Πελάτη**  
Μια νέα πρωτοποριακή υπηρεσία, προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών του φαρμακείου μέσω Web και SMS.  
**Χορηγοί, Περιοδικό PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ και Medihelm**  
Υπεύθυνη κρατήσεων: κα Κώτσια Κατερίνα, Τ.: 210 8547802 (εσωτ.100)  
**2ος Όροφος: Ειδικά διαμορφωμένος χώρος**
- 8. Merchandising Ραφίου & Βιτρίνα**  
**Χορηγός, Devant**  
**2ος Όροφος: Ειδικά διαμορφωμένος χώρος**

## Party - 17:30 έως 19:00

**Ζωντανή Μουσική,  
Ποτά και Snacks!**



## Ομιλίες και προφίλ ομιλητών

Για να σας βοηθήσουμε να επιλέξετε τις ομιλίες που σας ενδιαφέρουν, σας παραθέτουμε παρακάτω τις περιλήψεις των ομιλιών, προκειμένου να κάνετε το ατομικό σας πρόγραμμα παρακολούθησης.

Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις

09:30 - 09:45

### Χαιρετισμός

09:45 - 10:00

### Ο Ρόλος της εκπαίδευσης στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του Φαρμακείου.

**Ομιλητής:** **Αθανάσιος Ρούλιας**, Γενικός Διευθυντής της Ελληνικής Εταιρίας Διοικήσεως Επιχειρήσεων



10:00 - 11:00

### Το φαρμακείο αλλάζει, ας δράσουμε έγκαιρα.

Μετά από μια σύντομη αναφορά στα δυσμενή δεδομένα που αντιμετωπίζει το επάγγελμα του φαρμακοποιού στο φαρμακείο, προτείνονται λύσεις και βήματα, σε άξονες δραστηριοποίησης και αλλαγών, για να δράσουμε έγκαιρα και να δούμε την κρίση σαν ευκαιρία για διαφοροποίηση και ανάπτυξη.

**Ομιλητής,** **Πόπη Χαραμή**, Φαρμακοποιός, Εκδότρια του Περιοδικού PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ



Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις

11:40 - 12:30

### Ανάπτυξη της κατηγορίας των Φυσικών προϊόντων στο κανάλι του Φαρμακείου. Μια προοπτική για τον Έλληνα φαρμακοποιό.

Αυτό το οποίο ορίζεται ως παραφάρμακο, σήμερα αντιπροσωπεύει το 25% με 30% του τζίρου του φαρμακείου. Επιλέγοντας αυτά τα προϊόντα, δίνουμε ένα στίγμα εξειδίκευσης και διαφοροποίησης, αλλά και μια ξεκάθαρη τοποθέτηση στο αόριστο και ομιχλώδες τοπίο του Φαρμακείου. Αυτή η επιλογή είναι πα-

ράλληλα, αφενός πιο εποικοδομητική από οικονομικής πλευράς και αφετέρου πιο ευθυγραμμισμένη με το σύγχρονο ρόλο του φαρμακοποιού, του νέου πρωταγωνιστή στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον του συστήματος υγείας.

**Ομιλητής:** **Christian P. Bonifazi**, General Export Manager Aboca Italia

*Ο κ. Bonifazi έχει Master in International Business Communication, Master in Sales Management και 20ετή διεθνή εμπειρία στο άνοιγμα νέων αγορών, καθώς και στην ανάπτυξη κατηγοριών όπως είναι τα συμπληρώματα διατροφής, τα ιατροτεχνολογικά προϊόντα και τα καλλυντικά στο χώρο του φαρμακείου σε Ευρώπη και Η.Π.Α.*



2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 161 θέσεις

11:40 - 12:30

### Αλυσίδες Εκμετάλλευσης Φαρμακείων από ιδιοκτήτες φαρμακοποιούς.

Η προσέγγιση του θέματος της συνεργασίας ατομικών φαρμακείων σε εταιρικές μορφές ΟΕ, ΕΠΕ, ΣΥΝ.ΠΕ, και ΑΕ είναι βάση του Νόμου, τα εργαλεία για την υλοποίηση αυτών των συνεργασιών. Η προσπάθεια επανεξέτασης του θέματος από τον ΠΦΣ προκύπτει ως αδήριτη ανάγκη μετά την κλιμάκωση των μέτρων κατά του ιδιόκτητου φαρμακείου που ψηφίστηκαν στο Μνημόνιο 1 και στο Μνημόνιο 2.

Ένας μεγάλος αριθμός φαρμακείων αντιμετωπίζει οικονομικά προβλήματα.

Γίνεται λοιπόν σαφές ότι θα πρέπει να προβληματιστούμε, να μελετήσουμε τις νέες επιπτώσεις των μέτρων, με σοβαρότητα, με οικονομοτεχνική προσέγγιση, και κυρίως με όρους σοβαρού ανταγωνισμού που θα προκύψουν,

αλλάζοντας το σημερινό προστατευτικό πλαίσιο στη λειτουργία των φαρμακείων μας, αλλά και στο μέγεθος των εσόδων.

**Ομιλητής,** **Γιάννης Μακρυγιάννης**, Φαρμακοποιός, Πρόεδρος Φαρμακευτικού Συλλόγου Λάρισας και Μέλος του ΔΣ του Πανελληνίου Φαρμακευτικού Συλλόγου





2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 206 θέσεις

11:40 - 12:30

### Από την επιστήμη στην τέχνη.

Η επιστήμη της επικοινωνίας στην εξυπηρέτηση του πελάτη. Οι άνθρωποι έχουν επιθυμίες, ανάγκες, συναισθήματα. Η τέχνη να τα ανακαλύψουμε και να τα καλύψουμε, με τρόπο που και για το ίδιο το άτομο θα αποτελεί έκπληξη και θα του δίνει απρόσμενη αξία. Η τέχνη του να κερδίζεις το «χειροκρότημα» στην ατέλειωτη σκηνή της εργασίας. Η τέχνη της πώλησης!

**Ομιλητής, Ανδρέας Καλλιβωκάς**, Φαρμακοποιός

Ο Ανδρέας Καλλιβωκάς διατηρεί φαρμακείο στην Πάτρα με τη φαρμακοποιό σύζυγο του Μαρία. Από το 1998 αποτελεί εξωτερικό συνεργάτη στη Φαρμακευτική του Πανεπιστημίου Πατρών, διδάσκοντας στο μάθημα της Πρακτικής Φαρμακευτικής. Κάτοχος 2 πιστοποιητικών ειδίκευσης σε θέματα «Συναισθηματικής Νοσησύνης και Διοίκησης» και «Διαχείριση Πελατειακών σχέσεων». Ιδρυτικό στέλεχος και Δ/νων Σύμβουλος της εταιρείας παροχής υπηρεσιών σε φαρμακοποιούς, FARMAXION AE, ασχολείται παράλληλα και με την εκπαίδευση στελεχών φαρμακείων. Άρθρα του, επιστημονικές διατριβές και μελέτες, δημοσιεύονται συχνά σε έγκριτα περιοδικά του χώρου.



2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 109 θέσεις

11:40 - 12:30

### Μετατρέψτε τα δεδομένα σε εύληπτη πληροφορία.

**B.I., Σύστημα επιχειρηματικής ευφύιας φαρμακείου.**

Στα μηχανογραφικά συστήματα του φαρμακείου σήμερα, συσσωρεύεται ένας διαρκώς αυξανόμενος πολύ μεγάλος όγκος δεδομένων, όπως προκύπτει από το πλήθος διαδικασιών που συνεχώς εκτελούνται. Μάθετε πως μπορείτε να μετατρέψετε τον τεράστιο όγκο δεδομένων σε εύληπτη πληροφορία που θα βοηθήσει την επιχείρησή σας!

**Ομιλητής, Μάκης Μαυρογιάννης**, Αντιπρόεδρος-C.S.A.

Ο κ. Ευθύμιος Μαυρογιάννης ξεκίνησε σαν ιδρυτικό μέλος στην CSA και εργάστηκε στον τομέα ανάπτυξης εφαρμογών λογισμικού στο χώρο του φαρμακευτικού και εμπορικού κλάδου. Εξειδικεύτηκε στην ανάλυση και εφαρμογή ERP συστημάτων και Business Intelligence προϊόντων σε

μεγάλες επιχειρήσεις. Από τον Μάρτιο του 2008 κατέχει την θέση του Αντιπροέδρου στην C.S.A.



### Μιλήστε στον Πελάτη για αυτό που τον ενδιαφέρει, πριν ο ίδιος το σκεφτεί!

**CRM Διαχείριση σχέσεων με πελάτες.**

Το CRM, Customer Relationship Management, ως σύστημα διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες του φαρμακείου, είναι ένα ισχυρό εργαλείο εξωστρέφειας και δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της επιχείρησης, όχι μόνο για λόγους αντίστασης στην κρίση, αλλά ακόμα και για ανάπτυξη.

Ανακαλύψτε τους τρόπους χειρισμού του, τις εφαρμογές και τα οφέλη του!

**Ομιλητής, Κώστας Δημητρόπουλος**, Εμπορικός Δ/ντής - C.S.A.

Ο κος Κώστας Δημητρόπουλος είναι απόφοιτος των University College και Imperial College του Πανεπιστημίου του Λονδίνου. Εργάστηκε επί μακρόν σε θέσεις ευθύνης των πολυεθνικών εταιρειών DEC, Unisys, Lucent, Anava, του κλάδου πληροφορικής και επικοινωνιών. Από το 2004 χρημάτισε Πρόεδρος του Γ.Ν.Α. «ΚΑΤ» και πλέον εργάζεται στην τομή των τεχνολογιών πληροφορικής και Υγείας. Σήμερα είναι εμπορικός διευθυντής της CSA A.E.



Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις

13:10 - 14:00

### Τα Συντηρητικά στην κοσμητολογία. Ένα αναγκαίο κακό;

Οι πελάτες του φαρμακείου εκφράζουν όλο και περισσότερο την ανησυχία τους για την τοξικότητα των «ύποπτων ουσιών» των καλλυντικών προϊόντων.

Ποιες είναι αυτές οι ουσίες; Ο κίνδυνος της χρήσης τους είναι αλήθεια ή υπερβολή; Τα συντηρητικά των καλλυντικών προϊόντων είναι «ύποπτες ουσίες»; Μπορούμε να συνθέσουμε καλλυντικά προϊόντα χωρίς συντηρητικά;

Εισαγωγή σε νέες τεχνολογίες για ΑΝΑΛΛΟΙΩΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ ΧΩΡΙΣ ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΑ

Ο φαρμακοποιός ενημερώνεται για τα νέα επιστημονικά δεδομένα και τις νέες τεχνολογίες και χρησιμοποιεί μια αποτελεσματική μέθοδο επικοινωνίας, προκειμένου να μπορεί να απαντά σε κάθε ερώτηση, αμφιβολία ή ένσταση των ανήσυχων πελατών του.

**Ομιλητής, Δρ. Didier Coustou**, Ιατρός-Δερματολόγος.

Ασκεί το επάγγελμά του σε ιδιωτικό ιατρείο στην Τουλούζη της Γαλλίας και εργάζεται ως επιστημονικός σύμβουλος για τα Δερματολογικά Εργαστήρια A-DERMA του Ομίλου Fabre Dermocosmetique. Έχει εργασθεί



## Ομιλίες και προφίλ ομιλητών

στο παρελθόν ως κλινικός ιατρός Δερματολόγος στα νοσοκομεία της Τουλούζης και του Μπορντό.

Η εμπειρία του στην εταιρία Novartis καθώς και η θέση του ιατρικού διευθυντή στη Pierre Fabre Dermatologie, τον καθιστούν ειδικό στα θέματα της Φαρμακευτικής Βιομηχανίας όπως προκύπτει άλλωστε και από τις πολυάριθμες εργασίες και δημοσιεύσεις του πάνω στην ισοτρετινοΐνη *per os* και την αποτική δερματίτιδα, στα πλαίσια παγκόσμιων δερματολογικών συνεδρίων.

**2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 161 θέσεις**

13:10 - 14:00

### Οι Νέοι κόντρα στην κρίση.

Οι νέοι απαντάνε. Απαντάνε στην κρίση και στις αλλαγές. Γιατί ο δρόμος που μας ανοίχτηκε δεν είναι ο δρόμος που οραματιζόμαστε. Δεν είναι ο δρόμος που ονειρευόμαστε να τραβήξουμε όταν αποφασίσαμε να σπουδάσουμε φαρμακευτική. 4 νέοι φαρμακοποιοί συζητούν και σχολιάζουν από 4 διαφορετικά μονοπάτια της ιδιότητας του φαρμακοποιού.

Ο κοινός άξονας της συζήτησης; Το μέλλον του φαρμακοποιού. Σας καλούμε να γνωρίσετε τις πιθανές επαγγελματικές εναλλακτικές που κρύβει ο κλάδος του φαρμακοποιού. Ελάτε να πείτε την άποψή σας και να θέσετε ερωτήσεις σε νέους φαρμακοποιοί που εκπροσωπούν 4 διαφορετικές επαγγελματικές πορείες. Το μέλλον μας είναι εδώ. Εσείς!

**Συμμετέχουν στη συζήτηση**

**Φανή Κιουμουρτζίδη**, Φαρμακοποιός

**Πέτρος Παπαδόπουλος**, Φαρμακοποιός

**Χρυσάνθη Φετινίδου**, Φαρμακοποιός

**Συntonίζει η Μάτα Χαροκόπου**, Φαρμακοποιός

Η κ. Χαροκόπου Μάτα είναι απόφοιτος του Τμήματος Φαρμακευτικής, Επιστημών Υγείας, Πανεπιστημίου Πατρών και κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου στα οικονομικά υγείας πανεπιστημίου εξωτερικού. Αυτή τη στιγμή εργάζεται ως σύμβουλος οικονομικών υγείας σε συμβουλευτική εταιρεία του φαρμακευτικού κλάδου στην Ολλανδία



**2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 206 θέσεις**

13:10 - 14:00

### Το φαρμακείο στη νέα εποχή. Η χρήση των νέων τεχνολογιών στην ανάπτυξη υπηρεσιών για τη δημιουργία πιστού πελατολογίου.

Πως μπορεί η χρήση των νέων τεχνολογιών (κινητή τηλεφωνία, internet) να συμβάλει:

- Στην πραγμάτωση του κοινωνικού – επιστημονικού – επιχειρηματικού ρόλου του φαρμακείου
- Στην ανάδειξη του φαρμακείου σαν κόμβο οριζόντιας επικοινωνίας με τους καταναλωτές
- Στην ισχυροποίηση της σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ φαρμακείου και καταναλωτών
- Στη συμμόρφωση του ασθενούς στη φαρμακευτική αγωγή
- Στην άμεση επικοινωνία νέων προϊόντων
- Στην άμεση πληροφόρηση για τη διαθεσιμότητα και τις ελλείψεις σκευασμάτων
- Στις προωθητικές ενέργειες για το παραφάρμακο
- Στην αύξηση του τζίρου και της κερδοφορίας του
- Στις δημόσιες σχέσεις και επικοινωνία του φαρμακείου με τους πελάτες του

*Το περιοδικό PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ σε συνεργασία με τη Medihelm, παρουσιάζουν τη νέα πρωτοποριακή υπηρεσία πιστότητας πελάτη, προώθησης προϊόντων & υπηρεσιών του φαρμακείου.*



**Ομιλητής, Κώστας Δούνας**, Εμπορικός Διευθυντής Medihelm ΑΕ

Με σπουδές στη διοίκηση και οικονομία στα ΤΕΙ Πατρών, είναι κάτοχος MBA στη διοίκηση επιχειρήσεων από το Πανεπιστήμιο Louisville, 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 Lanipharm. Σήμερα είναι

εμπορικός διευθυντής και μέλος του διοικητικού συμβουλίου της Medihelm Α.Ε

**2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 109 θέσεις**

13:10 - 14:00

### Ακράτεια ούρων: Κλινική προσέγγιση και σύγχρονη αντιμετώπιση.

Οι ασθενείς με ακράτεια ούρων βιώνουν έντονη κοινωνική περιθωριοποίηση και αποφεύγουν την αναφορά στο πρόβλημά τους. Στις μέρες μας αυτό τείνει να αλλάξει καθώς είναι διαθέσιμες αξιόπιστες λύσεις και υπάρχει ευκολότερη πρόσβαση στις υπηρεσίες υγείας. Όλοι οι επαγγελματίες υγείας θα πρέπει να βρίσκονται σε εγρήγορση σε σχέση με την ακράτεια ούρων, ώστε να συμβουλευθούν σωστά και να παραπέμπουν τον ασθενή στον Ουρολόγο.

**Ομιλητής, Χαράλαμπος Κωνσταντινίδης**, Χειρουργός Ουρολόγος

Ο κος Κωνσταντίνιδης Χαράλαμπος ιατρός με ειδικότητα Χειρουργού Ουρολόγου, μετεκπαιδεύτηκε στο εξωτερικό (Γερμανία - Αυστρία) στη Λαπαροσκοπική Χειρουργική και στην Ενδοουρολογία, στη χρήση των υπερήχων στην Ουρολογία, στη χειρουργική ουρήθρας και έξω γεννητικών οργάνων και Νευρο-ουρολογία και έχει αποκτήσει την Ευρωπαϊκή πιστοποίηση του Fellow of European Board of Urology (FEBU). Από τον Αύγουστο του 2006 μέχρι σήμερα διατελεί Επιμελητής ΕΣΥ στο Εθνικό Κέντρο Αποκατάστασης στο Ίλιο Αττικής. Έχει συμμετάσχει σε πληθώρα ελληνικών ή διεθνών συνεδρίων και άλλων Επιστημονικών Συναντήσεων σαν ομιλητής και είναι συγγραφέας πολλών επιστημονικών δημοσιεύσεων σε ελληνικά και διεθνή περιοδικά. Κύρια πεδία επιστημονικής του ενασχόλησης είναι η νευρο-ουρολογία, ουρογυναικολογία και ουροδυναμική καθώς και η ανδρολογία. Με την υποστήριξη της Pfizer.



**Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις**

15:00 - 15:50

### Το τέλος των αντιβιοτικών; Τι θα τα αντικαταστήσει;

Η μακροπρόθεσμη αύξηση της ανθεκτικότητας στα αντιβιοτικά, και η αυξανόμενη επίπτωση των ζωονόσων ασθενειών, δείχνουν ότι ο καιρός του ορθόδοξου ελέγχου των λοιμώξεων τελειώνει - όπως έχει προβλεφθεί καιρό τώρα. Οι νέες στρατηγικές βασίζονται στην ενίσχυση της αποτελεσματικότητας των ιδίων αμυντικών συστημάτων του σώματος, κυρίως στο έμφυτο ανοσοποιητικό σύστημα. Η παρουσίαση επικεντρώνεται στην επιστήμη της βελτίωσης των κυτταρικών συστατικών του έμφυτου ανοσοποιητικού συστήματος, και θίγει τις νέες εξελίξεις που μιμούνται και ενισχύουν τα χημικά συστατικά. Αυτές οι νέες στρατηγικές δίνουν νέα θεραπευτικά εργαλεία, και μας δίνουν ελπίδα ότι μπορούμε ακόμα να μείνουμε μπροστά από τους πολλούς μικροοργανισμούς που έχουν διαμορφώσει την ανθρώπινη ιστορία.

**Ομιλητής, Paul Clayton**, Επιστημονικός Συνεργάτης της ΠΑΝ.ΣΥ.ΦΑ.

Επιστημονικός συνεργάτης στο Ινστιτούτο Τροφίμων, Εγκέφαλου και Συμπεριφοράς (Οξφόρδη), Επισκέπτης Καθηγητής του Pharmaco Nutrition στο Πανεπιστήμιο του Πεκκ (Ουγγαρία), Πρόεδρος της Επιστημονικής Συμβουλευτικής Επιτροπής της Biothera Pharma, κορυφαία εταιρεία στον κόσμο στην έμφυτη ανοσία, και έχει ένα μακροχρόνιο ενδιαφέρον στη θεραπευτική χρήση των τροφίμων και των παραγώγων τροφίμων.



**2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 161 θέσεις**

15:00 - 15:50

### Αυτοθεραπεία και Φάρμακα Ευρείας Χρήσης (ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ). Πυλώνας επαγγελματικής και οικονομικής ανάταξης στα χρόνια της κρίσης.

Η Πρωτοβάθμια Φροντίδα Υγείας αναβαθμίζει τον επιστημονικό και κοινωνικό ρόλο του Φαρμακοποιού. Το Φαρμακείο, φορέας αυτής της παροχής, συμβάλλει αποφασιστικά στην οικονομία πόρων του ΕΟΠΥΥ, αλλά και στην εθνική οικονομία. Τα ΜΗΣΥΦΑ μπορούν να υποκαταστήσουν την οικονομική απώλεια που προκύπτει από την περιστολή, πλέον του ημίσεως, της Δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης.

**Ομιλητής, Βασίλειος Σ. Σερρέτης**, Φαρμακοποιός

Απόφοιτος Φαρμακευτικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αθηνών, Msc

Συνιδρυτής του Προμηθευτικού Συνεταιρισμού Φαρμακοποιών Αττικής ΠΡΟ.ΣΥ.ΦΑ. ΠΕ (1981) με συνεχή συμμετοχή στο Δ.Σ. στις θέσεις του μέλους, του ταμιά και του αντιπροέδρου μέχρι το 1987. Στο ίδιο διάστημα από τη θέση του Προέδρου της Δ.Ε.Σ.Φ.Ε. οργανώνει την ίδρυση της Ομοσπονδίας Συνεταιρισμών Φαρμακοποιών Ελλάδος Ο.Σ.Φ.Ε. Διευθύνων Σύμβουλος της Olivos Science sa του Ομίλου Galenica,

και μέλος ΔΣ εταιρειών του Ομίλου στην Ελλάδα και τα Βαλκάνια. Από το 2002, Πρόεδρος του Συνδέσμου Εταιρειών Φαρμάκων Ευρείας Χρήσης, ΕΦΕΧ.



**2ος Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 206 θέσεις**

15:00 - 15:50

### Πρακτικές εμπέδωσης σε περίοδο ύφεσης.

Στην παρουσίαση θα αναλυθούν δύο σημαντικοί πυλώνες εμπέδωσης ενός φαρμακείου σε περίοδο ύφεσης: Διαφοροποίηση και Χρήση Τεχνολογίας.

Αναφορικά με τη διαφοροποίηση, αυτή συνδέεται με την ατμόσφαιρα, το προϊοντικό χαρτοφυλάκιο, την τιμολογιακή πολιτική και την εξυπηρέτηση του πελάτη του φαρμακείου. Η χρήση τεχνολογίας από την άλλη, αναφέρεται στην υιοθέτηση λογισμικών για διαδικαστικά θέματα και στην ενασχόληση με το internet και τις πολυάριθμες εφαρμογές του.

**Ομιλητής, Γεώργιος Ι. Αυλωνίτης**, Καθηγητής Μάρκετινγκ, Πρόεδρος Τμήματος Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

# Ομιλίες και προφίλ ομιλητών

Ο Δρ. Γεώργιος Αυλωνίτης διετέλεσε Πρόεδρος της *European Marketing Academy – EMAC (2008-2011)* και του *Global Sales Science Institute – GSSI (2010-2012)*. Έχει παρουσιάσει μια σειρά εργασιών στις Η.Π.Α., Καναδά και Ευρώπη και έχει δημοσιεύσει περισσότερα από 170 άρθρα σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων και στα πιο αξιόλογα επιστημονικά περιοδικά Μάρκετινγκ στον κόσμο. Έχει εκπονήσει ένα μεγάλο αριθμό ερευνητικών μελετών για τον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα και έχει διατελέσει σύμβουλος σε θέματα Στρατηγικής Μάρκετινγκ και Οργάνωσης Πωλήσεων σε περισσότερες από 80 Ελληνικές Επιχειρήσεις και Οργανισμούς.



2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 109 θέσεις

15:00 - 15:50

## Η Δημιουργική Πώληση στο Φαρμακείο: Πρόκληση ή αναγκαιότητα;

«Εκτελούνται Συνταγιά!». Είναι το τέλος εποχής αυτή η ταμπέλα για το φαρμακείο του αύριο; Ο φαρμακοποιός για να υπάρξει και αύριο, εν μέσω κρίσης, θα πρέπει να κινηθεί σε δύο άξονες: ο ένας είναι η καλή γνώση και εφαρμογή των βασικών χρηματοοικονομικών και ο άλλος, η αλλαγή στάσης που συνδυάζεται με γνώση της διαδικασίας της πώλησης. Με τα μέχρι τώρα δεδομένα, υπήρχε μία παθητική στάση από την πλειοψηφία των φαρμακοποιών στη διαδικασία των πώλησης. Σήμερα, αλλά προπαντός αύριο, χρειάζεται ενεργητική συμμετοχή, γιατί έρχονται τα generics, γιατί είναι απαραίτητο το ζεστό χρήμα από την πώληση των παραφαρμακευτικών προϊόντων. Είναι λοιπόν και πρόκληση αλλά και αναγκαιότητα, η ενεργός συμμετοχή του φαρμακοποιού και των συνεργατών του στη διαδικασία της πώλησης. Για να συμβεί όμως αυτό, χρειάζεται να επικεντρωθεί στον πελάτη-ασθενή, να μάθει τις ανάγκες του και να προτείνει προϊόντα που δίνουν λύση στο κάθε του πρόβλημα.

**Ομιλητής, Νίκος Βελτράς**, οικονομολόγος, Πιστοποιημένος εκπαιδευτής του Chartered Institute of Marketing (U.K.) και του Ε.ΚΕ.ΠΙΣ. (Υπουργείο Εργασίας). Με ειδίκευση σε θέματα Marketing και Πωλήσεων και πολυετή επαγγελματική και εκπαιδευτική εμπειρία στον ιατροφαρμακευτικό χώρο. Με την εκπαίδευση ασχολείται για διάστημα μεγαλύτερο από 25 χρόνια και σεμινάρια του έχουν παρακολουθήσει εκατοντάδες φαρμακοποιοί. Είναι ειδικευμένος σε θέματα λειτουργικής οργάνωσης φαρμακείων.



Ισόγειο: Αίθουσα Αντιγόνη - 787 θέσεις

16:30 - 17:20

## Τα επώνυμα γενόσημα στην Ευρώπη.

Τα μέτρα που εισάγονται με την Οδηγία 2011/62/ΕΕ της 8ης Ιουνίου 2011 και θα εφαρμοστούν από το 2013, περί κοινοτικού κώδικα για τα φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση, και αφορούν την πρόληψη της εισόδου ψευδεπίγραφων φαρμάκων στη νόμιμη αλυσίδα εφοδιασμού. Πώς αυτά θα επηρεάσουν τόσο τις φαρμακευτικές βιομηχανίες, όσο και τους φαρμακοποιούς και θα ενισχύσουν σημαντικά την ασφάλεια της εφοδιαστικής αλυσίδας. Επίσης στην παρουσίαση θα εξεταστούν εμπειρίες με διαγωνισμούς στη Γερμανία.

**Ομιλητής, Dr. Alexander Natz**, Γενικός Γραμματέας της Ευρωπαϊκής Συνομοσπονδίας Φαρμάκων (EUCOPE-[www.eucope.org](http://www.eucope.org)). Επίσης διευθύνει το Γραφείο Βρυξελλών της Ομοσπονδιακής Ένωσης Φαρμακευτικής Βιομηχανίας (Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie e.V., BPI). Πριν, υπήρξε Δικηγόρος στο Δικηγορικό Γραφείο Sträter στη Γερμανία και εργάστηκε επίσης στη φαρμακευτική βιομηχανία. Νωρίτερα εργάστηκε στον τομέα του δικαίου του ανταγωνισμού για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Ως βοηθός έρευνας στο Πανεπιστήμιο Duke (ΗΠΑ) έχει ασχοληθεί με το διεθνές φαρμακευτικό δίκαιο. Το διδακτορικό του δίπλωμα εκπονήθηκε υπό την εποπτεία του πρώην Δικαστή στο Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Καθηγητή Dr. Dr. Ulrich Everling. Χορηγός: ΕΛΠΕΝ Α.Ε.



2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 1 - 161 θέσεις

16:30 - 17:20

## Οι δέκα βασικοί δείκτες παρακολούθησης της ρευστότητας.

### Προγραμματισμός, Ευκαιρίες, Κίνδυνοι

Στην ομιλία θ' αναπτυχθούν οι βασικοί δείκτες που μέσω αυτών, ο φαρμακοποιός μπορεί να παρακολουθεί την πορεία του φαρμακείου του. Θα δείξουμε τα τρία βασικά στάδια του πλάνου του (πριν - κατά - μετά) και θ' ακολουθήσουν πραγματικά παραδείγματα (case study) με στόχο να κατανοηθεί η μεθοδολογία, η εφαρμογή καθώς και η αποτίμηση κάθε ενέργειας που επηρεάζει τη ρευστότητα της επιχείρησης.

**Ομιλητής, Γιάννης Κοντάκος**, Οικονομολόγος.

Ο Γιάννης Κοντάκος είναι οικονομολόγος, απόφοιτος του Πανεπιστημίου Πειραιά.

Εργάστηκε επί 12 χρόνια σε τέσσερις πολυεθνικές εταιρίες καταναλωτικών προϊόντων και υψηλής τεχνολογίας ως Sales &

Marketing Director.

Τα τελευταία εννέα χρόνια έχει ιδρύσει τη δική του εταιρία παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών. Ειδικότερα, ασχολείται με στρατηγικό σχεδιασμό, εκπόνηση marketing και business plan, ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού καθώς και εκπαίδευση στελεχών.

Δραστηριοποιείται σε 18 κλάδους της ελληνικής οικονομίας και έχει πολύ μεγάλη εμπειρία σε θέματα εισηγμένων εταιριών, συγχωνεύσεις, απορροφήσεις και θέματα επιχειρησιακής ανάπτυξης.

Έχει δημοσιεύσει σειρά άρθρων σε επιστημονικά περιοδικά και εφημερίδες και έχει συμμετάσχει ως εισηγητής σε πολλά συνέδρια. Είναι μέλος του Οικονομικού Επιμελητηρίου Ελλάδος, της Εταιρίας Ανωτάτων Στελεχών Επιχειρήσεων και του Συνδέσμου Εταιριών Συμβούλων Επιχειρήσεων.

Έχει εκπαιδεύσει εκατοντάδες φαρμακοποιούς σε όλη την Ελλάδα και έχει παράσχει συμβουλευτικές υπηρεσίες, είτε μεμονωμένα σε φαρμακοποιούς, είτε σε ομίλους φαρμακείων.



2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 2 - 206 θέσεις

16:30 - 17:20

### «Πολιτική φαρμάκου σε συνθήκες περιορισμένων πόρων: Αδιέξοδο ή ευκαιρία;»

Η εισήγηση αναζητά διεξόδους στην πολιτική φαρμάκου στην Ελλάδα, κάτω από τις ολοένα και μεγαλύτερες πιέσεις που ασκούνται τα τελευταία χρόνια στους κοινωνικούς και οικογενειακούς προϋπολογισμούς.

Παρουσιάζει και αναλύει τις τάσεις στη φαρμακευτική δαπάνη, τους παράγοντες που την επηρεάζουν, αλλά και τα μέτρα που έχουν ληφθεί τα τελευταία χρόνια, κύρια υπό τις επιταγές των δανειακών συμβάσεων που σύναψε η χώρα. Αξιολογεί την απόδοση των μέτρων αυτών και, με αναφορές στη διεθνή εμπειρία, προτείνει παρεμβάσεις στην τιμή και κυρίως στην πολιτική αποζημίωσης της φαρμακευτικής περίθαλψης, διερευνώντας κατά πόσο είναι εφικτή η «συνάντηση» των αναγκών των πολιτών για φάρμακα και των οικονομικών δυνατοτήτων του κράτους να τους τα παρέχει.

**Ομιλητής, Κυριάκος Σουλιώτης**, Επίκουρος Καθηγητής Πολιτικής Υγείας.



Ο Κυριάκος Σουλιώτης είναι Επίκουρος Καθηγητής Πολιτικής Υγείας του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου (Κόρινθος). Επιπλέον διδάσκει μαθήματα σχετικά με την πολιτική και οικονομία της υγείας και τη διοίκηση υπηρεσιών υγείας στην Ιατρική Σχολή του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, στην

Ιατρική Σχολή του Πανεπιστημίου Κρήτης και στην Εθνική Σχολή Δημόσιας Υγείας.

Έχει διατελέσει Επιστημονικός Σύμβουλος στη Διοίκηση του ΙΚΑ (2000-2001) και στο Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας (2002-2004), Τακτικό Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του Α΄ ΠΕΣΥΠ Αττικής (2002-2004), Προϊστάμενος του Τμήματος Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού στο Ωνάσιο Καρδιοχειρουργικό Κέντρο (2002-2006) και Διοικητικός Διευθυντής στο ΜΗΤΕΡΑ-Ομίλος ΥΓΕΙΑ (2006-2007).

Από το 2007 μέχρι το 2010 ήταν Διευθύνων Σύμβουλος Σχεδιασμού και Ανάπτυξης και επικεφαλής της Ομάδας Έργου για τη Βιωσιμότητα του Ταμείου Υγείας του Προσωπικού της Εθνικής Τράπεζας (ΤΥΠΕΤ). Από το Μάιο του 2010 έως το Δεκέμβριο του 2011 ήταν Πρόεδρος του Οργανισμού Περιθαλψής Ασφαλισμένων του Δημοσίου (ΟΠΑΔ), ενώ από το Μάιο του 2011 έως το Σεπτέμβριο του 2012, Αντιπρόεδρος του Εθνικού Οργανισμού Παροχής Υπηρεσιών Υγείας (ΕΟΠΥΥ). Είναι Μέλος της Εθνικής Επιτροπής Δεοντολογίας για τις Κλινικές Μελέτες και της Συντονιστικής Επιτροπής για τις Σπάνιες Παθήσεις.

2<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Ιφιγένεια 3 - 109 θέσεις

16:30 - 17:20

### Ο ρόλος των εκδόχων και της δραστησότητας στην αποτελεσματικότητα της θεραπευτικής αγωγής.

Η αποτελεσματικότητα και ασφάλεια των φαρμακευτικών προϊόντων προϋποθέτει την βαθιά γνώση της Φαρμακευτικής επιστήμης και της επιστημονικής ορολογίας. Ο Φαρμακοποιός σήμερα αποτελεί μοχλό επιστημονικής εξέλιξης και οικονομικής ανάπτυξης. Πρέπει να διεκδικεί τη συνεχή και δια βίου απόκτηση γνώσεων, για να διασφαλίσει και να μεγιστοποιήσει την προσφορά του στον τομέα της υγείας. Γνώση άμεσα δεμένη με την καθημερινότητα μας..



**Ομιλητής, Κωνσταντίνος Ν. Δεμέτζος**, Καθηγητής Φαρμακευτικής Νανο-Τεχνολογίας, Διευθυντής του Εργαστηρίου της Φαρμακευτικής Τεχνολογίας Τμήμα

Φαρμακευτικής, Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Πρόεδρος της Ελληνικής Φαρμακευτικής Εταιρείας (Ε.Φ.Ε)

### Ακολουθεί ανοικτή συζήτηση.

Συntonίζει ο **Ανδρέας Καλλιβωκάς**, Φαρμακοποιός

Η ομιλία θα δώσει το έναυσμα για ανοικτή συζήτηση η οποία θα έχει ως στόχο την κατανόηση της σημασίας της τεκμηριωμένης επιστημονικής γνώσης που αποτελεί προϋπόθεση ασφαλούς επαγγελματικής παρουσίας προς όφελος της κοινωνίας. Η τεκμηριωμένη γνώση του ρόλου των εκδόχων και της δραστησότητας στην αποτελεσματικότητα των φαρμάκων, θα καταστήσει σαφές και μέσα από τη συζήτηση, τις προϋποθέσεις για την ασφαλή χρήση τους.

# Εργαστήρια

Ισόγειο: Ειδικά διαμορφωμένος χώρος  
στο Περίπτερο της ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΑΕ

10:00 - 17:30 **Προτάσεις για το  
εργαστήριο του σύγχρονου φαρμακείου.**

Υπεύθυνη κρατήσεις: **Αζακά Ιουλία Τ.:210 2693600 (εσωτ.25)**

1<sup>ος</sup> Όροφος: Ειδικά διαμορφωμένος χώρος

10:00 - 17:30 **ΑΝΑΛΛΟΙΩΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ  
με 0% Paraben, Συντηρητικά και Άρωμα.**

Ανακαλύψτε τη νέα εποχή Exomega D.E.F.I της A-DERMA, συμμετάσχετε στο QUIZ και γίνετε ο τυχερός ενός από τα δύο Apple iPad που θα κληρωθούν κατά τη διάρκεια της ημερίδας.

**Χορηγός, Δερματολογικά Εργαστήρια A-DERMA**

1<sup>ος</sup> Όροφος: Καφεενείο - 90 θέσεις

10.30 - 17.00 **Σεμινάριο  
ΚΟΡΡΕΣ\_ΠΡΟΣΩΠΟ**

- Βασικές οικογένειες προϊόντων προσώπου και νέα προϊόντα
- Μέθοδος συνδυαστικής πώλησης προϊόντων
- Πίνακες-χρήσιμα εργαλεία για την πώληση στο φαρμακείο
- KORRES E-TRAINING ΜΕΓΑΛΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ!

Διάρκεια κάθε session 1h 30m

**Εισηγήτρια: Ντίνα Χρυσομαλλίδου**

Κρατήσεις: Τ.: 213 018 8934 ή στο email: georgia.kounadi@korres.com  
Το σεμινάριο αφορά περιορισμένο αριθμό θέσεων και για τη συμμετοχή θα τηρηθεί σειρά προτεραιότητας.

**Για τη συμμετοχή σας στον KORRES E-TRAINING ΜΕΓΑΛΟ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟ θα είναι απαραίτητο να γνωρίζετε το ΑΦΜ του φαρμακείου σας.**

1<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Σεμέλη 1 - 35 θέσεις

10:00 - 15:50 **Η Επόμενη Γενιά  
στα Συστήματα Αυτομέτρησης και  
Οι Νέες Υπηρεσίες για Φαρμακοποιούς.**

**Αριθμός και ώρες σεμιναρίων:**

1. 10:00 - 11:00
2. 11:40 - 12:30
3. 13:10 - 14:00
4. 15:00 - 15:50

16:30 - 17:20 **Σύγχρονη Αντιμετώπιση  
της Στυτικής Δυσλειτουργίας:**

**Ο ρόλος του Επιστήμονα Φαρμακοποιού.**

**Χορηγός, Bayer**

Υπεύθυνη κρατήσεις: **Αντζελα Παπαδημητρίου, Τ.: 210 6187629**

1<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Σεμέλη 2 - 65 θέσεις

10:00 - 17:20 **ΒΑΦΕΣ ΜΑΛΛΙΩΝ:  
Ευκαιρία ανάπτυξης για το φαρμακείο.**

**Ελάτε να λύσουμε μαζί τις απορίες των πελατών σας!**

**Αριθμός και ώρες σεμιναρίων:**

1. 10:00 - 11:00
2. 11:40 - 12:30
3. 13:10 - 14:00
4. 15:00 - 15:50
5. 16:30 - 17:20

**Σε κάθε σεμινάριο θα υπάρχουν ΔΩΡΑ ΚΛΗΡΩΣΗΣ**

Μια περιποίηση μαλλιών αξίας 100€ ή ένα σετ προϊόντων APIVITA αξίας 100€

**Χορηγός, APIVITA**

Υπεύθυνες κρατήσεις:

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, Πόλυ Σιώτα, Τ.: 2310 946280**

**ΑΘΗΝΑ, Ηλιάννα Χρονοπούλου, Τ.: 210 2854442**

1<sup>ος</sup> Όροφος: Αίθουσα Φαίδρα 2 - 45 θέσεις

10:00 - 17:20 **Νέα εποχή στο Φαρμακείο:  
Πρακτικοί τρόποι & συμβουλές για πιο  
κερδοφόρα διαχείριση πελάτη.**

1. 10:00 - 11:00 **Αντιγήρανση**, από τη διάγνωση της επιδερμίδας στην εξατομικευμένη συμβουλή
2. 11:40 - 12:30 **Τριχόπτωση**, αξιολόγηση περιστατικού, σύσταση & παρακολούθηση για εγγυημένα αποτελέσματα
3. 13:10 - 14:00 **Αντιγήρανση**, από τη διάγνωση της επιδερμίδας στην εξατομικευμένη συμβουλή
4. 15:00 - 15:50 **Μύκητες**, η ευκαιρία για μία ολοκληρωμένη συμβουλευτική προσέγγιση
5. 16:30 - 17:20 **Διάρροια**, εκμεταλλευτείτε μια μεγάλη κατηγορία συστήνοντας την κατάλληλη θεραπεία

Συνοπτική παρουσίαση κάθε κατηγορίας / παθολογίας, προφίλ και βασικές ανάγκες του πελάτη, πρακτικός οδηγός για την ολοκληρωμένη διαχείριση του πελάτη και την παροχή εξατομικευμένης συμβουλής.

**Σε κάθε σεμινάριο θα δοθούν ΔΩΡΑ της Johnson & Johnson.**

Κρατήσεις στο 800-500-1555 (γραμμή χωρίς χρέωση) ή στο email: [pharma-academy@its.jnj.com](mailto:pharma-academy@its.jnj.com).

**Χορηγός, Johnson & Johnson Consumer AE**

2<sup>ος</sup> Όροφος: Ειδικά διαμορφωμένοι χώροι

10:00 - 17:20 **Κάρτα Πιστότητας Πελάτη**

Μια νέα πρωτοποριακή υπηρεσία, πρόωθησης προϊόντων και υπηρεσιών του φαρμακείου μέσω Web και SMS.

**Χορηγοί, Περιοδικό PHARMACY management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ και Medihelm**

Υπεύθυνη κρατήσεις: **κα Κώτσια Κατερίνα, Τ.: 210 8547802 (εσωτ.100)**

10:00 - 17:20 **Merchandising Ραφιού  
& Βιτρίνα**

**Χορηγός, Devant**

Σε συνεργασία με εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο του φαρμακείου

## Οι Χορηγοί μας

**Παρακάτω παρουσιάζουμε τις εταιρείες που με την οικονομική αλλά και διοργανωτική τους υποστήριξη συνέτελεσαν στην πραγματοποίηση αυτής της Ημερίδας.**



Η εταιρεία **ACAD** (Advanced Commercial Architecture & Design) δημιουργήθηκε στα μέσα

του 2007 με σκοπό την εφαρμογή της εμπορικής αρχιτεκτονικής στο χώρο του φαρμακείου. Αντιπροσωπεύει τη γαλλική MOBIL M του GROUPE COUPECHOUX στην Ελλάδα & την Κύπρο. Η MOBIL-M έχει παρουσία στις σημαντικότερες ευρωπαϊκές αγορές, καθώς επίσης στη Λατινική Αμερική, Καραϊβική και αλλού. Αποτελεί τον leader opinion market όσο αφορά τη δημιουργία, εξοπλισμό, χωρογράμωση και ανάπτυξη του σύγχρονου φαρμακείου, προσφέροντας σφαιρική και ολοκληρωμένη αντιμετώπιση της επιχείρησης και έχοντας υλοποιήσει πάνω από 4000 εφαρμογές σε παγκόσμιο επίπεδο.

Επίσης, η ACAD έχει συνεργασία με την ιταλική ICAS S.R.L. και τη γερμανική WILLACH GROUP για την προμήθεια ειδικού εξοπλισμού.

Διευθυντής της είναι ο φαρμακοποιός Θάνος Πούλης.



Από το 1979, η **APIVITA** δημιουργεί φυσικά, αποτελεσματικά και ολιστικά προϊόντα.

Ιδρύθηκε από τους φαρμακοποιούς Νίκο και Νίκη Κουτσιανή, χρησιμοποιώντας μελισσοκομικά προϊόντα και ελληνικά βότανα.

Εμπνευσμένη από την κοινωνία της μέλισσας, για μία οργανωμένη, παραγωγική και αειφόρο ανάπτυξη, αλλά και την πλούσια ελληνική κλωρίδα, η APIVITA συνδυάζει μελισσοκομικά προϊόντα, όπως πρόπολη, μέλι και βασιλικό πολτό, τιτλοδοτημένα φυτικά εκχυλίσματα και αγνά αιθέρια έλαια, για να παράγει φυσικά, επιστημονικά ελεγμένα, αποτελεσματικά προϊόντα. Με πίστη στην ολιστική φιλοσοφία του Ιπποκράτη, πατέρα της Ιατρικής, η APIVITA προάγει έναν ισορροπημένο, ολιστικό, φυσικό τρόπο ζωής.

Αποφεύγει τη χρήση συνθετικών συστατικών όπως parabens και σιλκόνες που δεν βιοαποικοδομούνται στο περιβάλλον. Το όραμα της εταιρείας «αγκαλιάζεται» στην Ελλάδα, αλλά και σε 12 χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο.



Η **BIAN A.E.** ιδρύθηκε το 1995 (από τον όμιλο BIANEE A.E., για τη διακίνηση γνωστών

συνταγογραφούμενων (και μη) φαρμακευτικών και παραφαρμακευτικών προϊόντων. Παρέχει υπηρεσίες διανομής και προώθησης στο χώρο του φαρμακείου.

Για τη δημιουργία, στελέχωση και υποδομή της BIAN έχουν γίνει σημαντικές επενδύσεις που αποδίδουν αποτελέσματα. Η εταιρεία έχει αναπτύξει ένα αξιόλογο πανελλαδικό δίκτυο και εξυπηρετεί με απ' ευθείας πώληση περισσότερα από 4.200 φαρμακεία, καθώς και το σύνολο των φαρμακαποθηκών και συνεταιρισμών. Χειρίζεται τις παραγγελίες και τη διανομή, ενώ παράλληλα μπορεί να υποστηρίξει τα προϊόντα που διακινεί με ολοκληρωμένες ενέργειες προβολής και προώθησης, συμπεριλαμβανομένης και της ιατρικής ενημέρωσης.



Εδώ και σχεδόν 90 χρόνια το όνομα Γερολυμάτος είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με το χώρο της υγείας και της ομορφιάς. Η **Gerolymatos International** εξάγει τα δικά της προϊόντα σε 45 χώρες παγκοσμίως μέσω των αντιπροσώπων της αλλά και μέσω των θυγατρικών της εταιρειών σε Ιταλία, Τουρκία, Γαλλία και Χονγκ Κόνγκ. Στην Ελλάδα -εκτός από το χώρο του φαρμακείου- δραστηριοποιείται στο χώρο των Κτηνιατρικών προϊόντων αλλά και στο χώρο των Οπτικών καταστημάτων. Παράλληλα, έχει παραγωγική δραστηριότητα και παρέχει υπηρεσίες Logistics σε τρίτους. Στην αγορά του Φαρμακείου δραστηριοποιείται μέσω του κλάδου OTC, όπου επισκέπτεται απευθείας 2.500 φαρμακεία, και το Χονδρεμπόριο και ενημερώνει για τα προϊόντα της επιλεγμένους ιατρούς.

Τα βασικά προϊόντα προώθησης της εταιρείας στην Ελλάδα είναι τα εξής: Sinomarin®, Biofreeze®, Tamarine®, Foltene®, HiPP, Resultz®, Storm® & Roguard®, 3M®, Nexcare® & FUTURO® καθώς και τα προϊόντα Systane®, Vitalux®, AOSEPT & OPTI-FREE® της εταιρείας Alcon®.

## Οι Χορηγοί μας



Η εταιρεία **C.S.A.** 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 την 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
- Emproion ERP για μεγάλες εμπορικές εταιρίες
- Emproion για μικρές εμπορικές εταιρίες
- CSA Retail για λειτουργία καταστημάτων λιανικής πώλησης
- E-marketplace για λειτουργία κόμβου ηλεκτρονικού εμπορίου
- CSA Mobile για λύσεις με τη χρήση φορητών τερματικών

Κατασκευασμένα σε γραφικό περιβάλλον και σε βάσεις δεδομένων (Oracle, SQL Server). Πάνω από 4000 εταιρίες, τα σημαντικότερα ονόματα των κλάδων εμπιστεύονται τη μηχανογράφησή τους στην εταιρία μας.

Η συνεχής επένδυση της εταιρίας 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 **DEVANT** είναι μια εταιρεία που προσφέρει υπηρεσίες

όπως Merchandising, Βιτρίνες, Σήμανση, Κατασκευές, Προβολές, Promotions και γενικότερα την Ενιαία Εικόνα μιας εταιρείας μέσα στο Ελληνικό Φαρμακείο.

Με λύσεις «outsourcing» ή αλλιώς παροχή υπηρεσιών marketing και merchandising, αποτελεί την ευκαιρία της κάθε εταιρείας που δραστηριοποιείται στο χώρο του φαρμακείου, ούτως ώστε:

- Να καλύψει εξολοκλήρου τις ανάγκες της σε marketing & merchandising
- Να μειώσει σημαντικά τα κόστη της
- Να επιτύχει εντυπωσιακή ενιαία εικόνα σε πολλά σημεία ταυτόχρονα
- Να διατηρήσει τα μερίδιά της και τελικά
- Να ικανοποιήσει στο μέγιστο τους πελάτες της Φαρμακοποιούς.



**GlaxoSmithKline**  
Consumer Healthcare

Στη **GlaxoSmithKline** (GSK), μία από τις ηγετικές ερευνητικές φαρμακευτικές εταιρίες, είμαστε αφοσιωμένοι στη βελτίωση της ποιότητας της ανθρώπινης ζωής, βοηθώντας τους ανθρώπους να κάνουν περισσότερα, να νιώσουν καλύτερα και να ζήσουν περισσότερο.

Ο τομέας των μη συνταγογραφούμενων προϊόντων προσδίδει μια επιπλέον δυναμική διάσταση στην εταιρία μας, με πασίγνωστες μάρκες, συμπεριλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, των Panadol, Sensodyne, Aquafresh και Lucozade. Ωστόσο, όπως με όλα τα προϊόντα μας, η κινητήρια δύναμη πίσω από αυτές τις δραστηριότητες είναι η επιστήμη. Με τέσσερα κέντρα εξειδικευμένα στην Έρευνα & Ανάπτυξη μη συνταγογραφούμενων προϊόντων, για εμάς η επιστημονική καινοτομία είναι εξίσου σημαντική με το μάρκετινγκ και επιδεικνύουμε εξαιρετικές ικανότητες και στους δύο τομείς.



Η ελληνική φαρμακευτική βιομηχανία **InterMed**, μέλος του Ο.Φ.Ε.Τ., από το 1996 έως σήμερα, συνεχίζει την επιτυχημένη και ανοδική πορεία της στο χώρο της υγείας, τόσο της εγχώριας όσο και του εξωτερικού. Η ανάπτυξη, η παραγωγή και η προσφορά καινοτόμων ιατροτεχνολογικών, δερμοκαλ-

λυτικών προϊόντων και φαρμάκων, που συμβάλλουν στην αντιμετώπιση καθημερινών ή ειδικών καταστάσεων υγείας του σύγχρονου ανθρώπου, αποτελούν θεμελιώδη στόχο για την εταιρία μας. Αποτέλεσμα της επιτυχημένης αυτής πορείας, η εγκαθίδρυση brands (EVA, CHLORHEXIL, UNISEPT, REVAL κ.α.) στην ελληνική αγορά αλλά και σε χώρες του εξωτερικού, ο αριθμός των οποίων ολοένα και αυξάνεται.

## Johnson & Johnson

JOHNSON & JOHNSON ΕΛΛΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΕΕ

Η **Johnson & Johnson** είναι η μεγαλύτερη εταιρεία στον κόσμο στον τομέα της φροντίδας της υγείας έχοντας πάνω από 250 εταιρείες σε 60 χώρες του κόσμου και ανθρώπινο δυναμικό 115.000 εργαζομένους. Δραστηριοποιείται



στις αγορές καταναλωτικών, φαρμακευτικών και ιατρικών προϊόντων και τα προϊόντα της πωλούνται σε 175 χώρες. Στην Ελλάδα κατέχει ηγετική θέση στις περισσότερες κατηγορίες όπου έχει παρουσία με μεγάλο χαρτοφυλάκιο επώνυμων προϊόντων: Johnson's Baby, Penaten, RoC, Neutrogena, Clean & Clear, Aveeno, Piz Buin, Carefree, ob, Serena, Reach, Listerine, Compeed, Nicorette, Regaine, Hexalen, Imodium, Daktarin, Acuvue, Lifescan One Touch, Cordis, Ethicon, Gynecare, Depuy.



Η **Kabonatura** είναι μια εισαγωγική εταιρία η οποία δραστηριοποιείται στο χώρο του Φαρμακείου από το 2004. Έχει την αποκλειστική αντιπροσωπία των προϊόντων της Aboca και του Para'Kito στην Ελλάδα. Στόχος μας είναι να προσφέρουμε στην Ελληνική αγορά μέσα από το κανάλι του Φαρμακείου, προϊόντα φυσικά, καινοτόμα, υψηλών προδιαγραφών με πατενταρισμένες μεθόδους παραγωγής, ασφαλή και αποτελεσματικά για απλές καθημερινές ανάγκες.

**KORRES**   
ΒΟΤΑΝΑ/ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ/ΕΚΧΥΛΙΣΕΙΣ/ΕΡΕΥΝΑ

KORRES  
ΒΟΤΑΝΑ/ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ/ΕΚΧΥΛΙΣΕΙΣ/ΕΡΕΥΝΑ  
ΑΠΟ ΤΑ ΟΜΟΙΟΠΑΘΗΤΙΚΑ ΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ, ΣΤΑ ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η **KORRES** είναι μία ελληνική εταιρεία που ιδρύθηκε το 1996 και έχει τις ρίζες της στο παλαιότερο Ομοιοπαθητικό Φαρμακείο της Αθήνας. Το πρώτο προϊόν KORRES ήταν ένα αρωματικό σιρόπι για το λαιμό με μέλι και γλυκάνισο, εμπνευσμένο από το θερμαντικό ρακόμελο, που έφτιαχνε ο παππούς Γιώργος Κορρές στην ιδιαίτερη πατρίδα του, τη Νάξο. Σήμερα, η εταιρεία διαθέτει περισσότερα από 400 φυσικά και πιστοποιημένα βιολογικά προϊόντα σε 30 χώρες, με παρουσία στα σημαντικότερα επιλεκτικά σημεία πώλησης παγκοσμίως, τα οποία παράγονται στη σύγχρονη παραγωγική της μονάδα, πιστοποιημένη κατά ECOCERT, ISO 9001 και 14001. Η εταιρεία εστιάζει στη θεμελιώδη και εφαρμοσμένη έρευνα στα φυσικά προϊόντα, συμμετέχοντας σε Ευρωπαϊκά ερευνητικά προγράμματα, σε συνεργασία με ελληνικά και διεθνή Πανεπιστημιακά Ιδρύματα.



Η **Medihelm SA** είναι θυγατρική εταιρεία του ομίλου **ΕΛΓΕΚΑ**. Βασικό αντικείμενο εργασιών της είναι η ενημέρωση και προώθηση Φαρμακευτικών, Παραφαρμακευτικών και ΟΤC σκευασμάτων στα φαρμακεία, έχοντας πανελλαδικό δίκτυο και καλύπτοντας 4.200 φαρμακεία μέχρι σήμερα καθώς και 80 Φαρμακαποθήκες.

Τα βασικά προϊόντα του χαρτοφυλακίου της είναι τα εξής: Sudocrem, Infacolic, Colgate εξειδικευμένη Σειρά φαρμακείου, Benostan.

Συνεργαζόμενες εταιρίες: Forest Tosara, Colgate Palmolive, Benostan.



Αναφερόμενοι στην **Colgate-Palmolive (Hellas)**, η εταιρεία

σήμερα, διαθέτει μερικές από τις πιο γνωστές μάρκες της αγοράς όπως Colgate, Palmolive, Soupline, Azax. Ιδιαίτερα στη Στοματική Υγιεινή που αφορά και την κατηγορία που προωθείται στα φαρμακεία, η μάρκα Colgate κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς και αποτελεί την Νο1 οδοντόκρεμα που συστήνουν οι Έλληνες οδοντίατροι. Στο χώρο του φαρμακείου η Colgate προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων, ειδικά σχεδιασμένα για να καλύπτουν πολλές και διαφορετικές ανάγκες όπως: οδοντιατρικά φάρμακα, εξειδικευμένες οδοντόκρεμες, οδοντόβουρτσες, στοματικά διαλύματα και προϊόντα για μεσοδόντιο καθαρισμό.



**BENOSTAN**  
NATURE'S TREATMENT

Τα προϊόντα της **Benostan Health Products** διατίθενται, αποκλειστικά, μέσω του δικτύου των Φαρμακείων και εξάγονται σε 11 χώρες.

Πρόκειται για θεραπευτικά και καλλυντικά προϊόντα παραγόμενα με τη μέθοδο της φυσικής εκχύλισης από ελιά και βότανα της ελληνικής γης. Τα 25 χρόνια επιστημονικής έρευνας, καθώς κλινικές και πανεπιστημιακές έρευνες μας υποδεικνύουν τον ιδανικό συνδυασμό των βοτάνων.

Στόχος μας και όραμά μας είναι η δημιουργία προϊόντων με βάση την ελιά και αγνά ανεπεξέργαστα βότανα της Ελληνικής Γης. Τα προϊόντα Benostan Health Products ταξινομούνται στις ακόλουθες κατηγορίες: Γυναικολογικά – Θεραπευτικά, Παιδική φροντίδα, Καλλυντικά και Αντηλιακά

## Οι Χορηγοί μας



Η Ελληνική Φαρμακευτική Εταιρία **Μινέρβα** από το 1935, προσφέρει καθιερωμένα και γνωστά σκευάσματα στην Ελληνική Φαρμακευτική Αγορά. Η Minerva διαχρονικά ανταποκρινόμενη με σεβασμό στις

ανάγκες του Έλληνα ασθενή, προσφέρει θεραπευτικές λύσεις καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα θεραπευτικών ενδείξεων. Το χαρτοφυλάκιο της Minerva περιλαμβάνει πρωτότυπα καθιερωμένα φάρμακα καθώς επίσης γνωστά, αξιόπιστα και επώνυμα γενόσημα φάρμακα (branded generics) που έχουν κερδίσει την εμπιστοσύνη των υγειονομικών και των ασθενών.

Η Μινέρβα διαθέτει στο χαρτοφυλάκιο της συνταγογραφούμενα (RX) και μη υποχρεωτικά συνταγογραφούμενα σκευάσματα (OTC), τα οποία ανταποκρίνονται στις ανάγκες ενός ευρέως φάσματος ενδείξεων.



Η Ελληνική φαρμακευτική εταιρία **Olvos Science** έχει καθιερωθεί ως μια από τις πλέον κα-

ταξιωμένες εταιρίες στον τομέα της αυτοθεραπείας και φροντίδας της Υγείας, με προϊόντα και υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών. Η αναγνώριση της Olvos Science και η υψηλή θέση που κατέχει στην προτίμηση των συνεργατών της, των Ελλήνων φαρμακοποιών και του καταναλωτικού κοινού, είναι αποτέλεσμα της μακρόχρονης διαδρομής της, της εμπειρίας και της υψηλής θέσης που έχει κατακτήσει σε όλες τις κύριες κατηγορίες των OTC προϊόντων, αλλά και των πετυχημένων συνεργασιών που διατηρεί με αναγνωρισμένους ερευνητικούς οίκους του εξωτερικού. Σήμερα, κατέχει μια από τις πρώτες θέσεις στον τομέα της αυτοθεραπείας και φροντίδας της Υγείας, με προϊόντα μεγάλης αναγνωρισιμότητας, όπως το Ronal, το Lysopaine, το Cebion C, το Paraplus, το Ronaline Bebe, το Flamigel, και πολλά ακόμα.



**Pfizer Inc: Μαζί για ένα υγιέστερο κόσμο™**

Στη Pfizer, χρησιμοποιούμε την επιστήμη και τους παγκόσμιους πόρους μας για τη βελτίωση της υγείας και της ευεξίας σε κάθε στάδιο της ζωής. Εργαζόμαστε για να θέσουμε τα πρότυπα όσον αφορά την ποιότητα, την ασφάλεια και την αξία στην ανακάλυψη, ανάπτυξη και παραγωγή φαρμάκων για ανθρώπους και ζώα. Το διαφοροποιημένο χαρτοφυλάκιο προϊόντων υγείας που διαθέτουμε, περιλαμβάνει βιολογικά φάρμακα, φάρμακα μικρών μορίων, εμβόλια για ανθρώπους και ζώα, προϊόντα διατροφής, καθώς και πολλά από τα πιο γνωστά παγκοσμίως προϊόντα προσωπικής υγιεινής και φροντίδας. Οι συνεργάτες της Pfizer στις αναπτυσσόμενες και τις αναπτυσσόμενες χώρες, ασχολούνται καθημερινά με την προώθηση της καλής υγείας, της πρόληψης, της αντιμετώπισης και θεραπείας των ασθενειών που αποτελούν πρόκληση για την εποχή μας. Συνεπείς με την ευθύνη μας ως παγκόσμια πρωτοπόρος βιο-φαρμακευτική εταιρία, συνεργαζόμαστε με κυβερνητικούς και τοπικούς φορείς για τη βελτίωση της πρόσβασης σε αξιόπιστα, οικονομικά προσιτά υγειονομικά περιβάλλοντα σε όλο τον κόσμο. Για περισσότερα από 150 χρόνια, η Pfizer εργάζεται για να κάνει τη διαφορά στον τομέα της υγείας.



**Pierre Fabre**

Ο όμιλος **Pierre Fabre**, πολυεθνική φαρμακευτική εταιρία με έδρα τη Γαλλία, είναι επικεντρωμένος στην έρευνα, ανάπτυξη, παραγωγή και προώθηση αποτελεσμα-

τικών και πρωτοποριακών φαρμακευτικών και παραφαρμακευτικών προϊόντων. 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 χρήσης και υπηρεσιών που διασφαλίζουν εγγυημένη απόδοση για την επιχείρηση φαρμακείου.

Στη χώρα μας, η θυγατρική εταιρία Pierre Fabre Hellas αντιπροσωπεύει από το 1991 με μεγάλη επιτυχία τις αρχές και το όραμα του γαλλικού ομίλου. 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, αλλά και των εξειδι-

κευμένων υπηρεσιών-consulting, κατάφερε σήμερα να έχει υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης που αποτελούν παρακαταθήκη για ένα ακόμη καλύτερο μέλλον.



Η ΠΑΝΣΥΦΑ ιδρύθηκε το 1997 και ξεκίνησε την εμπορική δραστηριότητα στο χώρο των παραφαρμακευτικών προϊόντων το Μάρτιο του 1998.

Παρέχει υπηρεσίες 3PL στις συνεργαζόμενες εταιρείες για αποθήκευση και διανομή των προϊόντων τους. Προσφέρει την άμεση ενημέρωση και προώθηση στην αγορά νέων προϊόντων και προσφορών. Αναλαμβάνει αποκλειστικές αντιπροσωπείες και το σχεδιασμό και εμπορία προϊόντων δικής της ετικέτας.

Προσφέρει στους πελάτες της, οικονομίες κλίμακας σε όλο το δίκτυο, διασφαλίζοντας την ποιότητα και τελικό κόστος των προϊόντων.



## Σύνδεσμος

Η ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Α.Ε. ιδρύθηκε στην Αθήνα το 1990 και δραστηριοποιείται στον τομέα της αντιπροσώπευσης και εμπορίας χημικών και πρώτων υλών, εργαστηριακού εξοπλισμού, ιατροτεχνολογικών, νοσοκομειακών και παραφαρμακευτικών προϊόντων. Η Εταιρεία εφαρμόζει Σύστημα Ποιότητας σύμφωνα με τους Κανόνες Καλής Παραγωγής για Φαρμακευτικά Προϊόντα (Good Manufacturing Practice, GMP) και το διεθνές πρότυπο EN ISO 9001:2008. Περιλαμβάνει τη χρήση των βέλτιστων διαθέσιμων πόρων, τη συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού, τη θέσπιση αυστηρών προδιαγραφών ποιότητας και την εφαρμογή προγράμματος συνεχούς βελτίωσης.

Το Τμήμα Ελέγχου Ποιότητας, διασφαλίζει τη ποιότητα όλων των πρώτων υλών (εκδόχων και δραστικών ουσιών) πραγματοποιώντας ελέγχους ταυτοποίησης και καθαρότητας σε ένα σύγχρονο εργαστήριο πλήρως εξοπλισμένο με τελευταίας τεχνολογίας μηχανήματα.

Οι βασικές αξίες της Εταιρείας από το ξεκίνημα της είναι η εξειδίκευση και η εστίαση στην ποιότητα, η δημιουργικότητα, η ακεραιότητα και οι συνεχείς επενδύσεις σε υποδομές, τεχνολογία και ανθρώπινο δυναμικό.



## Εξασφαλίστε

Ποιότητα • Αξιοπιστία • Άρτια υποστήριξη



## Εμπιστευθείτε τον συνδυασμό

**APOSTORE**, εφευρέτη και καινοτόμο των Συστημάτων Αυτοματοποιημένων Αποθηκών για Φαρμακεία και **LAS SOLUTIONS**, την πιο εξειδικευμένη εταιρεία τεχνικής υποστήριξης συστημάτων διαχείρισης αγαθών στην Ελλάδα.

Καλέστε μας και μάθετε περισσότερα για τις νέες προηγμένες τεχνολογίες, που μπορεί να παρέχει σε σας και την επιχείρησή σας η LAS, σε συνδυασμό με την άρτια και πλήρη τεχνική υποστήριξη που διαθέτει



## Οι Υποστηρικτές μας



**Διαφημιστική Κατασκευαστική**

Η «**akida**» Διαφημιστική Κατασκευαστική, ιδρύθηκε το 1981 με στόχο να παράγει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και να βρίσκεται πάντα στην κορυφή των τεχνολογικών εξελίξεων.

Φιλοσοφία μας είναι η πλήρης εξυπηρέτηση και ικανοποίηση του πελάτη, σε όλα τα στάδια της διαδικασίας, από την πρώτη επικοινωνία, την υποβολή ολοκληρωμένων προτάσεων, τις ανταγωνιστικές τιμές, τα σωστά υλικά και την παράδοση στο χρόνο που έχει συμφωνηθεί.

Η εταιρεία μας δραστηριοποιείται στο Διαφημιστικό-Κατασκευαστικό τομέα από το έτος ίδρυσής της (1981), διαθέτει εξαιρετική εμπειρία σε διαφημιστικές κατασκευές παντός τύπου.



Η εταιρεία **ALES GROUPE HELLAS** εκπροσωπεί στην Ελλάδα τις γαλλικές μάρκες δερμοκαλλυντικών υψηλής κοσμητολογίας LIERAC και περιποίησης μαλλιών PHYTO.

Η διανομή των προϊόντων στην Ελλάδα ξεκίνησε μέσω αντιπροσώπου το 1998. Η εταιρεία ALES GROUPE HELLAS αποτελεί την πιο πρόσφατη θυγατρική του αντίστοιχου γαλλικού ομίλου και δραστηριοποιείται στην ελληνική αγορά από το 2010. Η διάθεσή των προϊόντων LIERAC και PHYTO πραγματοποιείται αποκλειστικά μέσω επιλεγμένων φαρμακείων.



Η εταιρεία **Arte Alessandro** με επικεφαλής τον κ. Βουλβουτζή Αλέξανδρο εδρεύει

στον Πειραιά.

Ασχολείται με τη διαφημιστική υποστήριξη διαθέτοντας αναλώσιμα προϊόντα, διαφημιστικά δώρα, πινακίδες Led, σταυρούς Ελληνικούς και Εισαγωγής Led και νέες τεχνολογίες για την διακόσμηση των φαρμακείων και λοιπών επιχειρήσεων πανελλαδικά.



Η **Douni Health Products** εξειδικεύεται στη διακίνηση φυσικών προϊόντων για τη φροντίδα της υγείας. Η αποστολή μας είναι να παρέχουμε στους καταναλωτές φυσικά προϊόντα ανώτερης ποιότητας, στοχεύοντας τις ανάγκες τους και στους φαρμακοποιούς τα κατάλληλα εφόδια για τη σωστή διάθεση των προϊόντων στο κοινό. Βασική επιδίωξη μας η συνεχής και σωστή ενημέρωση του κοινού για τον πραγματικό ρόλο των συμπληρωμάτων διατροφής και των βοτάνων στην υγεία.



**Φροντίδα για τον άνθρωπο**

Η **ELPEN** είναι η 1η αμιγώς Ελληνική Φαρμακευτική Βιομηχανία που εδώ και 50 χρόνια παράγει Αποτελεσματικά, Ασφαλή και Επώνυμα Γενόσημα και Πρωτότυπα Φάρμακα.

Σήμερα ο Όμιλος ELPEN με 720 εργαζομένους και κύκλο εργασιών 174,2 εκατ. Ευρώ (2011), βρίσκεται στην 7η θέση μεταξύ των 300 φαρμακευτικών εταιριών (IMS 8/2012) που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα.

Η ELPEN συνεχίζει με ιερή προσήλωση το σπουδαίο έργο της: επενδύει συνεχώς,

δημιουργώντας υψηλή Προστιθέμενη Αξία και Ανάπτυξη στην Ελλάδα και πρωτοπορώντας στην Έρευνα και Ανάπτυξη καινοτόμων φαρμάκων.



Η Medispes ιδρύθηκε το 1986 και από τότε ασχολείται με την αποκλειστική αντιπροσώπευση ονομαστών και παγκοσμίως γνωστών εταιρειών, καθώς επίσης και την παραγωγή Ιατροτεχνολογικών Προϊόντων στην Ελλάδα.

Η **ΜΕΝΤΙΣΠΕΣ Α.Ε.Β.Ε.** έχοντας επί 12 συναπτά έτη ενεργή παρουσία στο χώρο της βρεφικής διατροφής, παραμένει πιστή στο όραμά της παρουσιάζοντας στην ελληνική αγορά τα προϊόντα neomil του οίκου RONTIS AG, τα οποία διατίθενται αποκλειστικά στα φαρμακεία.

Τα προϊόντα βρεφικής διατροφής neomil χαρακτηρίζονται από την υψηλή ποιότητα παρασκευής έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στις διατροφικές ανάγκες των βρεφών και των παιδιών.




Η **MENARINI ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΑ ΙΑΤΡΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ ΑΕΒΕ** ξεκίνησε το Σεπτέμβριο του 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, Κλινική Χημεία, Αιματολογία, Αιμοδοσία, Παθολογική Ανατομική, Ανοσοιστοχημεία, Έλεγχο Αυτοανοσίας, Καρδιακούς Δείκτες και Μοριακή Βι-

ολογία, 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



Πριν από 140 χρόνια, ο καινοτόμος φαρμακοποιός Henri Nestlé 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.

## + Pharmathen

Η Pharmathen είναι μια Ελληνική φαρμακευτική βιομηχανία που δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 85 χώρες διεθνώς, παρέχοντας καινοτόμα φαρμακευτικά προϊόντα και τεχνογνωσία στις μεγαλύτερες φαρμακευτικές εταιρείες στον κόσμο.

Πιστή στο όραμα της για τη δημιουργία μιας ελληνικής πρωτοποριακής και επιχειρηματικά ισχυρής εταιρείας συνεχίζει την επιτυχημένη πορεία της αναπτύσσοντας μια νέα εμπορική δραστηριότητα παρέχοντας στα φαρμακεία επώνυμα προϊόντα μεγάλων οίκων του εξωτερικού που προσθέτουν αξία στο κανάλι του φαρμακείου.

# Collagen Pro-Active

## Υγρό Πόσιμο Κολλαγόνο

### ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΘΟΡΜΟΥΛΑ ΥΔΡΟΛΥΜΕΝΟΥ ΚΟΛΛΑΓΟΝΟΥ

Το COLLAGEN PRO ACTIVE είναι το κορυφαίο συμπλήρωμα διατροφής, αποτελώντας ό,τι πιο καινοτόμο στην επιστήμη του κολλαγόνου, γιατί κάθε ημερήσια δόση των 20ml περιέχει 10gr υδρολυμένου κολλαγόνου τα οποία έχουν καταπληκτικές ευεργετικές ιδιότητες στον ανθρώπινο οργανισμό. Το κολλαγόνο είναι η σημαντικότερη πρωτεΐνη του οργανισμού μας γιατί αποτελεί τη νούμερο ένα εναλλακτική θεραπεία για τις πονεμένες - ταλαιπωρημένες αρθρώσεις, είναι το βασικότερο συστατικό του συνδετικού ιστού, βοηθάει στην ανασύσταση του χόνδρου, στηρίζει τα οστά, τους τένοντες, τα ούλα και γενικότερα όλο τον ανθρώπινο οργανισμό. Ότι καλύτερο για σφριγηλή, νεανική, γεμάτη ελαστικότητα επιδερμίδα.

Επίσης, περιέχει μαγνήσιο, που βοηθάει στην αποφυγή κραμπών, στο να έχουμε καλύτερο ύπνο, στην άμεση απορρόφηση του κολλαγόνου από τον οργανισμό μας, καθώς και διευκολύνει τη λειτουργία του εντέρου (δίνοντας τέλος στη δυσκοιλιότητα). Τέλος, λόγω του πυριτίου δίνει τέλος στον εφιάλητη της τριχόπτωσης & των αδύναμων μαλλιών και νυχιών.



Ξεθού υπέροχες γεύσεις λεμόνι & φράουλα



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΩΝ S.A.E.

Απεκλειστική διανομή για Ελλάδα & Κύπρο: COLLAGEN POWER A.S.E.

Γραφεία: Νεοχωρίου 3, Βύρωνας Τ.Κ. 16231.

Τηλέφωνα επικοινωνίας: 8013001100 (στηνή γραμμή) & 21300 81013 Fax: 2118005435. www.collagenpower.gr email: info@collagenpower.gr

Drink Collagen for Health & Beauty

Διακονηθήτε με αγάπη και προσοχή

## Οι συμμετέχοντες



Η εταιρεία **ADELCO** ιδρύθηκε το 1934

στο Μοσχάτο. Η παραγωγή σύγχρονων φαρμακευτικών ιδιοσκευασμάτων και καλλυντικών αντιπροσωπεύει σήμερα τη μεγαλύτερη δραστηριότητα της ADELCO. Παράγει φαρμακευτικά προϊόντα που καλύπτουν ευρύ φάσμα θεραπευτικών αναγκών όπως π.χ το FILICINE, STEDON, MINITRAN, PAROTICIN, NOTORIUM, KLOREF, SALOPYRINE. Επίσης παράγει και καλλυντικά όπως την παιδική σειρά ADELCO KIDS, τα ADELCO VELVET HAND, BODY και ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΑ, την σειρά ADELCO INTENSE SPA γυναικείας περιποίησης μαλλιών και τέλος τα OM OR NATURAL SHAMPOO και BALSAM. Η εταιρεία διαθέτει σύγχρονες εγκαταστάσεις παραγωγής σε ιδιόκτητους χώρους 10.000 m<sup>2</sup>, απασχολεί προσωπικό 70 εξειδικευμένων ατόμων και τηρεί όλες τις σύγχρονες προδιαγραφές για (GMP και GLP) κανόνες καλής παραγωγής και καλής εργαστηριακής πρακτικής.



**Bayer**

Ο όμιλος Bayer είναι μία διεθνής

επιχείρηση με κύριες δραστηριότητες στο πεδίο της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, της διατροφής και των υλικών υψηλής τεχνολογίας. Η **Bayer HealthCare**, υποομάδα της εταιρίας Bayer AG, είναι μία από τις παγκοσμίως κυρίαρχες, πρωτοπόρες εταιρίες στη βιομηχανία ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης και ιατρικών προϊόντων και εδρεύει στο Leverkusen της Γερμανίας. Η εταιρεία συνδυάζει τις παγκόσμιες δραστηριότητες των τμημάτων της υγείας των ζώων, της υγείας των καταναλωτών, της ιατρικής περίθαλψης και των φαρμακευτικών προϊόντων. Ο σκοπός της Bayer HealthCare είναι να εφεύρει και να παρασκευάζει προϊόντα που συμβάλουν στη βελτίωση της υγείας των ανθρώπων και των ζώων παγκοσμίως. Απασχολεί παγκόσμια, εργατικό δυναμικό που υπερβαίνει τους 55.700 υπαλλήλους (31 Δεκ, 2010) σε παραπάνω από 100 χώρες σε όλο τον κόσμο.



Η **COLLAGEN POWER** δημιουργήθηκε με μοναδικό γνώμονα να σας φέρει κοντά σε

καινοτόμα προϊόντα υψηλής ποιότητας και μοναδικής αποτελεσματικότητας. Τα προϊόντα μας αποτελούν ολοκληρωμένες προτάσεις τόσο στο χώρο της υγείας όσο και της κοσμητολογίας. Σκοπός μας είναι να βελτιώσουμε την ποιότητα της ζωής σας άμεσα και αποτελεσματικά. Πεισίθεισή μας είναι το δικαίωμα όλων σε ένα καλύτερο αύριο γεμάτο με εσωτερική ευεξία & εξωτερική υγεία. Στόχος μας είναι όχι μόνο μια απλή εμπορική συναλλαγή μαζί σας, αλλά το κτίσιμο μιας μακροχρόνιας αμφίδρομης σχέσης βασισμένης στην ειλικρίνεια, την αμοιβαία εκτίμηση, το σεβασμό και την εμπιστοσύνη.

**Το κολλαγόνο μας εγγυάται για αυτό.**



Η DELKAT ATE είναι μια τεχνική και συμβουλευτική εταιρία, η οποία ασχολείται με την ανάδειξη της επιχειρηματικότητας σε νέες επενδύσεις, στοχεύοντας στο υψηλότερο επίπεδο ποιότητας. Πρόσφατα δημιούργησε μια νέα υπηρεσία για τον κλάδο των φαρμακείων, τη **DELKAT pharma**, για την ανανέωση και ανάπτυξη της ταυτότητας τους. Μέσα από τη σωστή μεθοδολογία μας, εξελίσσουμε την εικόνα και τις υπηρεσίες του κάθε φαρμακείου, προσδιορίζοντας τις ανάγκες του και εφαρμόζοντας εξατομικευμένες λύσεις. Μέσα από τις τεχνικές σωστού merchandising και marketing, σχεδιάζουμε και εφαρμόζουμε μια σύγχρονη εικόνα για το φαρμακείο, για βελτιστοποίηση της επικοινωνίας του με τον καταναλωτή.



Η **ICP** δραστηριοποιείται στον τομέα εμπορίας και διάθεσης βέλτιστης ποιότητας καινοτόμων παραφαρμακευτικών προϊόντων. Τα

κύρια προϊόντα και οι οίκοι που κατ' αποκλειστικότητα αντιπροσωπεύει η εταιρία είναι:

- τα παγκόσμια αναγνωρίσιμα, υψηλής αποτελεσματικότητας και ασφάλειας προϊόντα φυτοθεραπείας A. Vogel του Ελβετικού οίκου Bioforce.
- τα πατενταρισμένα εξατομικευμένα δερμοκαλλυντικά dermaviduals, του Γερμανικού οίκου Kosmetik Konzept και
- τα καινοτόμα προβιοτικά BioKult του Αγγλικού οίκου Protexin



Η **ITeQ** από το 2007, παρέχει υπηρεσίες marketing, διαφήμισης και επικοινωνίας στο Φαρμακείο. Με το δίκτυο οθονών, PharmaTeQ.TV, σε περισσότερα από 750 φαρμακεία, ενισχύει την επικοινωνία του φαρμακοποιού με τους πελάτες. Με το [www.ifarmakeia.gr](http://www.ifarmakeia.gr) και την εφαρμογή Farmakeia, ενισχύει την προβολή του Φαρμακείου στο Internet και στους χρήστες των iPhones.



Η **SOPRATUTTO** αποτελεί τα τελευταία χρόνια την πλήρως εξειδικευμένη εταιρεία σε όλα τα θέματα αρχιτεκτονικής, κατασκευών και design που απα-

σχολούν το σύγχρονο φαρμακοποιό. Παρέχοντας υπηρεσίες ολοκληρωμένης μελέτης, έχει πάντα σαν στόχο την κάλυψη υψηλών απαιτήσεων και την πραγματοποίηση στο ακέραιο όλων των αναγκών των πελατών που την εμπιστεύονται. Αλλάζουμε την εικόνα του φαρμακείου κάνοντάς τη φιλική προς τον καταναλωτή, αλλά και μέσω των παρεμβάσεών μας βοηθάμε το φαρμακείο να αποκτήσει νέα δυναμική, εφαρμόζοντας νέες τεχνικές πωλήσεων και προσέλκυσης νέων πελατών.



Η **VITACOSMETICA SA** είναι μία αναπτυσσόμενη εταιρεία με σταθερά

αυξανόμενες πωλήσεις και παροχή παραφαρμακευτικών προϊόντων υψηλής ποιότητας. Με επιλεκτική παρουσία σε 1000 φαρμακεία - είναι ο αποκλειστικός διανομέας στην Ελλάδα και την Κύπρο της FORTE PHARMA (Monaco), ενός από τα πιο σημαντικά brands συμπληρωμάτων διατροφής στη Δυτική Ευρώπη. Πρόσφατα, ένταξε στις δραστηριότητές της και την αποκλειστική διανομή των ελβετικών δερμοκαλλυντικών SKINCODE, που με λιγότερο από 20 μήνες παρουσίας τους στην Ελλάδα, έχουν ήδη κερδίσει ένα σημαντικό μερίδιο αγοράς και την εμπιστοσύνη επαγγελματιών υγείας και καταναλωτών.



# Όλοι έχουμε επώνυμο. Το ίδιο και τα φάρμακά μας!

**50 χρόνια παράγει Επώνυμα, Αποτελεσματικά, Ασφαλή Γενόσημα και Πρωτότυπα Φάρμακα**

**200 εκατ. συσκευασίες φαρμάκων έχουν διατεθεί στην Ελλάδα**

**Εξάγει σε περισσότερες από 60 χώρες σε όλον τον κόσμο**

**Επενδύει συνεχώς, δημιουργώντας υψηλή Προστιθέμενη Αξία και Ανάπτυξη στην Ελλάδα**

**Πρωτοπορεί στην Έρευνα και Ανάπτυξη καινοτόμων φαρμάκων  
με περισσότερες από 60 πατέντες στην Ευρωπαϊκή Ένωση**

**730 εργαζόμενοι στηρίζουν το Όραμα της ELPEN: Φροντίδα για τον Άνθρωπο**



**Φροντίδα για τον άνθρωπο.**

# Η ΕΞΕΛΙΞΗ

προχωρά στην

εξέλιξη...





Ένα νέο ξεκίνημα για την εταιρεία ΕΞΕΛΙΞΗ Α.Ε. στην Ελληνική αγορά, σηματοδότησε μια νέα στρατηγική προώθησης και επικοινωνίας, για μια σειρά από πολύ γνωστές μάρκες στο χώρο των παραφαρμακευτικών προϊόντων του Ελληνικού φαρμακείου. Ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος κος ΓΙΑΝΝΗΣ ΣΑΜΠΑΝΗΣ, μας αναλύει τους στόχους και τις ενέργειες επικοινωνίας της εταιρείας και όχι μόνο...

**PHARMACY Management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

**Γνωρίστε μας λοιπόν την εταιρεία και τα προϊόντα σας, ΓΙΑΝΝΗΣ ΣΑΜΠΑΝΗΣ.** Η εταιρία μας δραστηριοποιείται στην αγορά της Υγείας από το 1993 και τα τελευταία χρόνια έχει καταστεί ένας από τους βασικούς προμηθευτές Δημοσίων και Ιδιωτικών διαγνωστικών εργαστηρίων με εξειδίκευση στον Τομέα της Μοριακής Διάγνωσης και της Διάγνωσης του Σακχαρώδη Διαβήτη.

Το Νοέμβριο του 2010 η εταιρία μας εισέρχεται δυναμικά στην αγορά του φαρμακείου, προσθέτοντας μία νέα δραστηριότητα και δημιουργώντας το τμήμα Health & Care. Το νέο αυτό τμήμα διαχειρίζεται Brands ευρείας αναγνωρισιμότητας, κορυφαίας ποιότητας στην κατηγορία τους και μεγάλης εμπορικής αξίας.

Το brand VITAL<sup>®</sup> στην αγορά των πολυβιταμινούχων συμπληρωμάτων διατροφής, brands LACTOFEMME<sup>®</sup> και LACTOFLORA στην αγορά των προβιοτικών, τα brands ANTIS<sup>®</sup> και SARIBAL<sup>®</sup> στα μη συνταγογραφούμενα φάρμακα (ΜΗΣΥΦΑ) και το brand MUSTELA<sup>®</sup> στην αγορά του βρεφικού δερμοκαλλυντικού, αποτελούν προϊόντα κορυφαίας ποιότητας και σταθερής αξίας για τον φαρμακοποιοί. Επιπλέον διαθέτουμε στην αγορά το αντιγλυκωματικό φάρμακο LATANEAU και τέλος αντιπροσωπεύουμε στην Ελλάδα την εταιρία INFOPIA, που εξειδικεύεται στην αγορά του διαβήτη, διαθέτοντας αξιόπιστες λύσεις POC για τη διάγνωση και παρακολούθηση του σακχαρώδη διαβήτη και της γλυκοζυλιωμένης αιμοσφαιρίνης.

**P.M& E: Τα περισσότερα προϊόντα σας είναι ήδη γνωστά στην αγορά υγείας και ομορφιάς, αλλά δεν έχετε ακόμη την ανάλογη φήμη και αναγνωρισιμότητα σαν εταιρεία, ιδιαίτερα στους φαρμακοποιούς. Τι σκοπεύετε να κάνετε γι' αυτό;**

**Γ.Σ.** Είναι αλήθεια ότι η εταιρία μας αποτελεί μία καινούργια παρουσία στην αγορά του φαρμακείου, που είναι φυσικό να προκαλεί πολλά ερωτηματικά αλλά ταυτόχρονα και πολλές προσδοκίες. Βέβαια τα προϊόντα και κυρίως οι άνθρωποι είναι αυτοί, που καθορίζουν την εικόνα και διαμορφώνουν την κουλτούρα των εταιριών και η ΕΞΕΛΙΞΗ εκτός του ότι διαθέτει κορυφαία προϊόντα, με ηγετική θέση στη κατηγορία

τους, ταυτόχρονα απασχολεί στελέχη, που έχουν μακρά και επιτυχημένη διαδρομή στην αγορά του φαρμακείου. Νομίζω ότι τα ανωτέρω αποτελούν μία πολύ καλή αφετηρία και ταυτόχρονα την γέφυρα, ώστε σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα να χτιστεί η σχέση εμπιστοσύνης και συνεργασίας της εταιρείας μας με το φαρμακείο, που αποτελεί και στρατηγικό στόχο μας.

**P.M& E: Τι ενέργειες επικοινωνίας έχετε σχεδιάσει για τη Νέα Χρονιά 2013 και ιδιαίτερα για το σημείο πώλησης του φαρμακείου;**

**Γ.Σ.** Για εμάς το φαρμακείο αποτελεί στρατηγικό συνεργάτη και όλη η στρατηγική επικοινωνίας μας, στοχεύει στην ανάπτυξη των πωλήσεων και την κερδοφορία του.

“ Θα πρέπει οι επιχειρήσεις να βρουν τρόπους χρηματοδότησης των αναγκών τους και βελτίωσης της ρευστότητάς τους, μέσα από την δραστηριότητά τους. ”

Μέσα από την επιτυχία του φαρμακείου περιμένουμε και τη δική μας ανάπτυξη! Είναι μία σχέση που έχει με επιτυχία λειτουργήσει στο παρελθόν και σε αυτή θα συνεχίσουμε να επενδύουμε.

Τα προϊόντα μας, πέρα από την αδιαμφισβήτητη ποιότητά τους, έχουν κερδίσει τη θέση τους στην αγορά, έχοντας πάντα την υποστήριξη του φαρμακοποιού. Οφείλουμε να υποστηρίξουμε με όλες μας τις δυνάμεις αυτή τη συμμαχία, ειδικά σε αυτή τη δύσκολη οικονομική συγκυρία.

Για το 2013 η στρατηγική επικοινωνίας μας θα έχει σαν στόχο την εδραίωση του VITAL<sup>®</sup> ως πρώτη επιλογή Συμπληρώματος Διατροφής για τον καταναλωτή, περαιτέρω ενίσχυση της επώνυμης ζήτησης και της αναγνωρισιμότητας του brand, και τη δημιουργία εξοικείωσης του καταναλωτή με τους νέους κωδικούς VITAL<sup>®</sup> (Cold, Memo & Cardio) καθώς και των δερμοκαλλυντικών Mustela<sup>®</sup>. Επιπλέον στοχεύουμε σε δυναμική διείσδυση μας στην αγορά του διαβήτη με την εταιρία INFOPIA, με ανταγωνιστικές προτάσεις για όφελος του καταναλωτή.

“ Η προώθηση κατηγοριών προϊόντων που η πληρωμή τους δεν σχετίζεται με τα κρατικά ταμεία, αλλά με τις ανάγκες των καταναλωτών, όπως σκευάσματα ΜΗΣΥΦΑ, παραφάρμακα και καλλυντικά, είναι μία πολιτική που δίνει λύση στο πρόβλημα της ρευστότητας. ”

Έτσι, επενδύοντας κυρίως στο σημείο πώλησης φαρμακείου, με ειδικά σχεδιασμένες ανταποδοτικές προσφορές, ενίσχυση της παρουσίας και οπτικής επικοινωνίας μας, διαρκή ενημέρωση και εκπαιδευτικά σεμινάρια και κυρίως με ολοκληρωμένη πρόταση συνεργασίας, προσδοκούμε να δημιουργήσουμε πιστούς και «επαναληπτικούς» πελάτες-φαρμακοποιούς και ταυτόχρονα ικανοποιημένους καταναλωτές.

**P.M&E:** Πώς σκέφτεστε να αντιμετωπίσετε με το δικτυο πωλήσεων σας αυτό το αρνητικό περιβάλλον της έλλειψης ρευστότητας που έχει καταρρακώσει τη διάθεση των φαρμακοποιών πελατών σας και φυσικά περιορίζει τις αγορές τους;

**Γ.Σ.** Σίγουρα η έλλειψη ρευστότητας, που κατά κύριο λόγο οφείλεται στην καθυστέρηση των πληρωμών των ασφαλιστικών ταμείων, αποτελεί σοβαρό πρόβλημα του κλάδου και ορισμένες φορές θέτει σε κίνδυνο ακόμη και τη βιωσιμότητα του φαρμακείου.

Αυτό βέβαια είναι πρόβλημα όλης της ελληνικής οικονομίας και εκτός από το φαρμακείο επηρεάζει αρνητικά όλη την αγορά.

Και φυσικά δεν αποτελεί λύση η μία επιχείρηση να μεταφέρει το πρόβλημα στην άλλη.

Από τη στιγμή που οι τράπεζες δεν τροφοδοτούν την αγορά με κεφάλαια κίνησης, όπως στο παρελθόν, θα πρέπει οι επιχειρήσεις να βρουν τρόπους χρηματοδότησης των αναγκών τους και αύξησης της ρευστότητάς τους, μέσα από τη δραστηριότητά τους. Παράλληλα θα πρέπει να ελέγξουν τις δαπάνες τους, τα λειτουργικά τους έξοδα και κυρίως τα αποθέματά τους.

Η προώθηση κατηγοριών προϊόντων που η πληρωμή τους δεν σχετίζεται με τα κρατικά ταμεία, αλλά με τις ανάγκες των καταναλωτών, όπως σκευάσματα ΜΗΣΥΦΑ, παραφάρμακα και καλλυντικά, είναι μία πολιτική που δίνει λύση στο πρόβλημα της ρευστότητας.

Η επιλογή επωνύμων προϊόντων, με μεγάλη ταχύτητα κυκλοφορίας στο ράφι και υψηλή κερδοφορία για το σημείο πώλησης, είναι επίσης πολιτική που θα πρέπει να εφαρμόζουν τα φαρμακεία για την αντιμετώπιση του προβλήματος της ρευστότητας.

Με βάση τα ανωτέρω, τα προϊόντα της ΕΞΕΛΙΞΗΣ και η πρόταση συνεργασίας της εταιρίας μας προς τα φαρμακεία, αποτελούν ξεκάθαρη και συμφέρουσα λύση για τους συνεργάτες μας.

**P.M&E:** Από την άλλη και οι καταναλωτές έχουν γίνει πιο προσεκτικοί στις αγορές τους ακόμη και για προϊόντα υγείας. Ποια είναι η θέση και η φιλοσοφία της εταιρείας και των προϊόντων σας απέναντι σε αυτό το θέμα;

**Γ.Σ.** Είμαστε στην ευχάριστη θέση να εκπροσωπούμε και να κατέχουμε προϊόντα κορυφαίας ποιότητας και αποτελεσματικότητας. Το VITAL<sup>®</sup> για παράδειγμα με ιστορία 16 ετών, αποτελεί την πλέον αξιόπιστη επιλογή στα Συμπληρώματα Διατροφής. Τα δερμοκαλλυντικά Mustela είναι το Νο1 brand στην Ευρώπη με αδιαμφισβήτητη ποιότητα και αποτελεσματικότητα και πιστούς καταναλωτές. Αυτό για μας, είναι βασική αφετηρία, μια που ο σύγχρονος καταναλωτής ψάχνει, δυσπιστεί και προσέχει τι αγοράζει περισσότερο από ποτέ. Το νέο μοντέλο καταναλωτή, προσδοκά το καλύτερο προϊόν, στην καλύτερη δυνατή τιμή.

Τα προϊόντα μας καλύπτουν 100% την απαίτηση αυτή, έχοντας άριστη σχέση ποιότητας/τιμής. Την τελευταία ειδικά περίοδο, κατανοώντας την οικονομική δυσκολία των καταναλωτών, κάνουμε προσφορές σε χαμηλότερες λιανικές τιμές σε τακτά χρονικά διάστημα, πάντα σε συνεργασία με τους φαρμακοποιούς, που και εκείνοι με τη σειρά τους καλούνται να προσφέρουν την καλύτερη δυνατή υπηρεσία, κερδίζοντας και αναπτύσσοντας πιστούς πελάτες.

**P.M&E:** Πώς ατενίζετε το μέλλον του φαρμακείου στην Ελλάδα; Σε ποια πεδία κατά τη γνώμη σας πρέπει να επενδύσει ο σύγχρονος φαρμακοποιός;

# VITAL

Το ζωτικό σας πλεονέκτημα

## Ένα και μοναδικό!

NEO



Μόνο στα Φαρμακεία. Προϊόντα γν. από ΕΟΦ.

## Το ζωτικό σας Πλεονέκτημα!

Με στόχο την ενδυνάμωση και ενίσχυση της υγείας & ευεξίας του Έλληνα καταναλωτή, το VITAL, διανύοντας 15 χρόνια επιτυχημένης πορείας, μελέτησε, δημιούργησε και ανέπτυξε με βάση αυστηρά φαρμακευτικά & επιστημονικά πρότυπα

3 νέα, προηγμένα  
συμπληρώματα  
διατροφής για...

Κρυολόγημα-  
Ανοσοποιητικό

Μνήμη &  
Συγκέντρωση

Λειτουργία καρδιάς &  
κυκλοφορικού

15 χρόνια  
ποιοτική υπεροχή  
και κορυφαία  
αποτελεσματικότητα



Αποκλειστική αντιπροσωπεία / διανομή:

**ΚΩΣΤΑΣ Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ** (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε.Β.Ε.

26° χλμ Λεωφ. Παιανίας - Μαρκοπούλου, Κορωπί

Τηλ: 210 66 26 201-7, fax: 210 66 27 081, www.costaspapaellinas.gr

**Exelixis**  
health&care

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

**Γ.Σ.** Είναι σε όλους ξεκάθαρο ότι το φαρμακείο αλλάζει. Το πρόβλημα είναι ότι οι αλλαγές γίνονται με βίαιο τρόπο και με σκοπό να αντιμετωπιστούν άμεσα προβλήματα που θέτουν σε κίνδυνο ακόμη και τη βιωσιμότητα του. Ο κλάδος του φαρμακείου επηρεάζεται άμεσα από κυβερνητικές αποφάσεις, από την έλλειψη ρευστότητας, που κυρίως αφορά τη χρηματοδότηση των φαρμάκων, αλλά ταυτόχρονα πρέπει να αντιμετωπίσει και τη μείωση των πωλήσεων, που προέρχεται από τη μείωση της αγοραστικής δυνατότητας των καταναλωτών.

“ Ο επιχειρηματίας φαρμακοποιός θα πρέπει να δει την κρίση σαν μία ευκαιρία και να επενδύσει στην σχέση του με τον πελάτη και σε εμπορικές συνεργασίες που μπορούν να τον υποστηρίξουν σε αυτή την προσπάθεια. ”

Το φαρμακείο πρόκειται να μετατραπεί σύντομα σε σημείο λιανικής πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών υγείας και στα σημεία πώλησης, που θα είναι αισθητά λιγότερα στο άμεσο μέλλον, θα ισχύσουν οι κανόνες που ισχύουν σε όλους τους κλάδους της Λιανικής πώλησης.

Ο επιχειρηματίας φαρμακοποιός θα πρέπει να δει την κρίση σαν μία ευκαιρία και να επενδύσει στην σχέση του με τον πελάτη και σε εμπορικές συνεργασίες που μπορούν να τον υποστηρίξουν σε αυτή την προσπάθεια.

Η θέση του σημείου πώλησης, το χτίσιμο ξεχωριστής εικόνας του φαρμακείου στην περιοχή του, η παρουσίαση (το σωστό merchandising) των προϊόντων, οι ανταγωνιστικές τιμές προς τον καταναλωτή αλλά και η σωστή κατεύθυνση και πρόταση αγοράς, η κερδοφορία των προϊόντων, η ποιότητα και η φήμη των προϊόντων και υπηρεσιών, η ταχύτητα κυκλοφορίας των αποθεμάτων και ο έλεγχος της ρευστότητας, είναι επίσης παράγοντες που θα επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά την πορεία των φαρμακείων και σε αυτούς θα πρέπει να επικεντρώσουν την προσοχή τους οι φαρμακοποιοί για να εξασφαλίσουν τη μελλοντική τους επιτυχία.

**P.M&E:** Εσείς σαν εταιρεία μπορείτε και έχετε αναπτύξει τα κατάλληλα εργαλεία για να καθοδηγήσετε και να βοηθήσετε τον φαρμακοποιό σε αυτό το νέο ρόλο;

**Γ.Σ.** Η ΕΞΕΛΙΞΗ είναι μία δυναμική εταιρία με ευέλικτο και σύγχρονο management, που έχει την τεχνογνωσία και τη δυνατότητα να υποστηρίξει τους συνεργάτες της φαρμακοποιούς να ανταπεξέλθουν στα νέα δεδομένα της αγοράς.

Τα προϊόντα μας, συνδυάζουν την ποιότητα και την καινοτομία, κατέχουν υψηλή θέση στην προτίμηση των καταναλωτών και αποτελούν για πολλά χρόνια σταθερές αξίες για την κερδοφορία και την αξιοπιστία της πρότασης του φαρμακοποιού.

Μεγάλη βαρύτητα δίνουμε στη συνεχή εκπαίδευση των στελεχών του φαρμακείου στα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματα των προϊόντων μας, ώστε να εξασφαλίσουμε την επιτυχημένη προώθηση και τη σωστή χρήση τους από τους καταναλωτές.

Ταυτόχρονα έχουμε εξασφαλίσει, είτε μέσω των δικτύων μεταπώλησης των προϊόντων μας, είτε με απευθείας κάλυψη μεγάλου αριθμού φαρμακείων, την άμεση εξυπηρέτησή τους, ώστε να διατηρούν το ιδανικό απόθεμα για να επιτυγχάνουν τους ποσοτικούς στόχους τους και την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους, χωρίς να αυξάνουν τα κόστη τους και να επιβαρύνουν τη ρευστότητά τους.

Η μακροχρόνια εμπειρία της εταιρίας μας στη διάγνωση και οι λύσεις που προσφέρουμε, μας καθιστούν την πλέον αξιόπιστη λύση και σε αυτόν τον τομέα, που όταν το νομικό πλαίσιο στην Ελλάδα το επιτρέπει, θα συμβάλει ουσιαστικά στην ενίσχυση των εσόδων του φαρμακείου και την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Στόχος και όραμα μας είναι να συνεχίσουμε να προσφέρουμε στην αγορά προϊόντα και υπηρεσίες, που θα κατέχουν ηγετική θέση στην κατηγορία τους, να καταστήσουμε την ΕΞΕΛΙΞΗ στρατηγικό προμηθευτή του φαρμακείου, δημιουργώντας μία άτυπη συμμαχία με τον φαρμακοποιό, που θα στηρίζεται σε κοινούς στόχους και θα επιφέρει κοινά οφέλη. ■

## ΠΡΟΦΙΛ

**Ο Γιάννης Σαμπάνης έχει σπουδάσει Οικονομικά και Διοίκηση Επιχειρήσεων, με ειδίκευση στη Χρηματοοικονομική Διοίκηση. Με πολυετή εμπειρία στο χώρο των επιχειρήσεων και στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων καθώς και νέων αγορών για προϊόντα και υπηρεσίες, έχει εργασθεί με επιτυχία σε θέσεις ευθύνης στο χώρο του Αυτοκινήτου και των Τηλεπικοινωνιών. Το 2004 ανέλαβε την θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου στην ΕΞΕΛΙΞΗ Α.Ε. που δραστηριοποιείται στο χώρο της Υγείας από το 1993. Από τον Ιούνιο του 2011 είναι Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, θέση που διατηρεί έως σήμερα.**

# smart pharmacy

διαφημιστική κατασκευαστική

- Ανακαινίσεις
- Αρχιτεκτονικές μελέτες
- Εικαστικές παρεμβάσεις
- Merchandising
- Σηματοδότηση



# Ένα υποδειγματικό συνοικιακό φαρμακείο





Με μια διαδοχή από πατέρα στην κόρη, το φαρμακείο της Κλεοπάτρας Γκιζάνη στη Νέα Σμύρνη στην Αττική, προσπαθεί ν' ανταπεξέλθει στις σημερινές δυσκολίες με μεγάλη επιτυχία.

Με «Καπετάνιο» μια νέα φαρμακοποιό με πολύ όρεξη για δουλειά και αισιοδοξία, προσπαθεί να διαφοροποιηθεί και να ατενίσει ένα διαφορετικό μέλλον.

**Τ**ο φαρμακείο του κ. Δημήτρη Ε. Γκιζάνη λειτούργησε αρχικά στα Καμένα Βούρλα από το Νοέμβριο του 1966 μέχρι το Νοέμβριο του 1979, στην παραλιακή λεωφόρο Γερασίμου Βασιλειάδη. Μεταφέρθηκε το 1981 στη Νέα Σμύρνη Αττικής και από τον Ιούνιο του 2007 αναλαμβάνει τη διαχείριση η κόρη του Κλεοπάτρα Γκιζάνη φαρμακοποιός – κοσμητολόγος, μετά τις σπουδές της στην Ιταλία. Το φαρμακείο βρίσκεται στην κεντρική λεωφόρο της Νέας Σμύρνης, Ελευθερίου Βενιζέλου 199, απέναντι από τη στάση του τραμ και το Super Market της περιοχής. Είναι μια περιοχή εμπορική με πολλά καταστήματα, αλλά ταυτόχρονα μένουν και μόνιμοι κάτοικοι. «Στη γειτονιά μας» λέει η κ. Γκιζάνη, «μένουν κυρίως οικογένειες από τις οποίες πολλές είναι συγγενικές. Οπότε η πελατεία μας είναι όλων των ηλικιών. Δυστυχώς δεν έχουμε πολλούς γιατρούς εδώ γύρω, γι' αυτό δίνουμε ιδιαίτερη έμφαση στα παραφάρμακα και στα καλλυντικά.»

### Ένας όμορφα σχεδιασμένος χώρος

Το φαρμακοπωλείο καταλαμβάνει το μεγαλύτερο τμήμα του ισόγειου και αποτελείται από τα τμήματα Καλλυ-





ντικών – Στοματικής Υγιεινής – Περιποίησης και Πρόληψης στα προβλήματα των ποδιών – Βρεφικής ανάπτυξης – Ορθοπεδικό – Συμβουλευτικό των ασθενών της τρίτης ηλικίας – Συμπληρώματα διατροφής.

Τα φάρμακα βρίσκονται σε συρταριέρες κάθετα στον πάγκο εξυπηρέτησης και τα φυλασσόμενα σε θερμοκρασία 0 – 8° C, στα δύο ψυγεία.

Στο ισόγειο λειτουργεί το φαρμακοτεχνικό εργαστήριο με μεγάλο αριθμό πρώτων υλών και αντιδραστηρίων για την παρασκευή κάθε γαλνικού σκευάσματος. Υπάρχει ο κατάλληλος φαρμακευτικός εργαστηριακός εξοπλισμός, επαρκής πάγκος εργασίας και ο κατάλληλος εξοπλισμός και φωτισμός.

Στο υπόγειο του φαρμακείου βρίσκεται η αποθήκη, ένα μέρος του εργαστηρίου για μεγαλύτερες ποσότητες, η επιστημονική βιβλιοθήκη που περιλαμβάνει όλα τα συγγράμματα των φαρμακευτικών σπουδών, τις εκδόσεις του Εθνικού Συνταγολογίου, όλες τις Ελληνικές Φαρμακοποιίες, εκδόσεις φαρμακοτεχνίας – κοσμητολογίας και πρώτων βοηθειών.

Οι ελεύθερες επιφάνειες στους τοίχους, καλύπτονται από γκραβούρες και πίνακες φαρμακευτικών φυτών που δίνουν μια ιδιαίτερη ταυτότητα στο φαρμακείο.

### Μια σημαντική εργαστηριακή εμπειρία

Πρωταρχικό ρόλο παίζει η εργαστηριακή μακρόχρονη εμπειρία και η επιστημονική γνώση του πατέρα φαρμακοποιού που «κληροδοτήθηκε» στην κόρη.

«Στο φαρμακείο μας υπάρχει αξιόλογη συλλογή Βοτάνων και Αιθέριων Ελαίων» μας λέει η φαρμακοποιός. «Φτιάχνουμε όχι μόνο συνταγές γιατρών αλλά και δικές μας. Όλοι οι πελάτες μας το γνωρίζουν και ζητάνε συχνά δικά μας παρασκευάσματα.

Σε κατάλληλα ράφια εκτίθενται οι συλλογές μας, με τα αιθέρια έλαια του Αγίου Όρους, με δρόγες, με γουδιά παντός τύπου, με πορσελάνινα μεγάλα βάζα από την



Ιταλία, αναμνηστικά φαρμακευτικά αντικείμενα, τα οποία προέρχονται από παλιά φαρμακεία όλης της Ευρώπης.»

### Η μικρή μας ομάδα εργασίας

«Στο φαρμακείο δουλεύω εγώ με τη βοηθό μου Χρύσα Φιλιππούλου, αλλά και τη βοήθεια του πατέρα και της μητέρας μου, η οποία εργάστηκε χρόνια σαν διπλωματούχος βοηθός φαρμακείου. Τώρα και οι δύο γονείς μου είναι συνταξιούχοι αλλά όποτε τους χρειαστώ με βοηθάνε και κυρίως με συμβουλεύουν όταν αντιμετωπίζω δυσκολίες. Ομολογώ ότι και οι δύο με τη μακρόχρονη πείρα τους στη δουλειά, στέκονται δίπλα μου και με ενθαρρύνουν γιατί πιστεύουν σε μένα. Συχνά λέω στον πατέρα μου: Με έκανες Καπετάνιο σε καιρό τρικυμίας!

Σε τακτά χρονικά διαστήματα κάνω meetings εργασίας με τη βοηθό μου και συζητάμε για την πορεία του φαρμακείου που αφορά είτε θέματα λειτουργικά, είτε εμπορικά.

Είναι σημαντικό να λει-

τουργούμε σαν ομάδα με ίδιο όραμα,

να ανταλλάσσουμε ιδέες και απόψεις. Άλλωστε η καλή χημεία μεταξύ των μελών μιας ομάδας έχει άμεσο αντί-

κτυπο στη σωστή και αποτελεσματική

εξυπηρέτηση των πελατών μας.

Μη ξεχνάμε πόσο σημαντικό

ρόλο έχει η διά βίου εκπαίδευση όλων των εργαζομένων που υπάρχουν σε ένα φαρμακείο, ώστε να μπορούν να ανταποκρίνονται στις ολοένα και αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών. Γι' αυτό το λόγο συμμετέχουμε σε όλα τα σεμινάρια που κάνουν οι εταιρείες καλλυντικών και παραφαρμακευτικών ειδών, στα σεμινάρια της εθνοφαρμακολογίας, της φαρμακευτικής εταιρείας Ελλάδος, στα σεμινάρια του Πανεπιστημίου Αθηνών καθώς και σε πολλά e-learning μαθήματα που κάνει η Advance, το δίκτυο φαρμακείων στο οποίο ανήκουμε. Επίσης επισκεπτόμαστε φαρμακευτικές εκθέσεις, όπου βλέπουμε όλες τις τάσεις της αγοράς και ανταλλάσσουμε απόψεις με Έλληνες και ξένους συναδέλφους. Τέλος, σημαντικό ρόλο στη σημερινή εποχή παίζει και το internet απ' όπου βρίσκουμε ενδιαφέροντα άρθρα για επιστημονικά ιατρικά θέματα, που εμπλουτίζουν τη γνώση μας πάνω στη διαχείριση της υγείας των πελατών μας.»



### Με ιδιαίτερη αγάπη και πάθος για τη συγγραφή

Ένα σημαντικό ιστορικό κομμάτι της σαρανταεξάχρονης φαρμακευτικής πορείας, του φαρμακείου αποτελεί το συγγραφικό έργο του πατέρα φαρμακοποιού κ. Δημητρίου Γκιζάνη, με τις 130 δημοσιευθείσες μονογραφίες και τους τόμους της ιστορικής φαρμακευτικής πορείας του φαρμακείου.

Δημοσιεύσεις που αφορούν κυρίως τη φυτοθεραπεία και αρωμαθεραπεία.

Ο ίδιος ομολογεί:

«Η συγγραφή, η λογοτεχνία, ήταν η ιδιαίτερη αγάπη μου. Και η φροντίδα μου γι' αυτή, δωρεά και υποθήκη των γονιών μου, καθηγητών στο γυμνάσιο της Λαμίας.»

«Είμαι άνθρωπος που διψώ και θέλω να μαθαίνω, να προχωρώ, να ξανοίγομαι να εμβαθύνω μέχρι το τέλος μου...»

### Η συνεργασία μου με την Advance

«Από τα πρώτα κιόλας χρόνια των σπουδών μου στη φαρμακευτική σχολή στην Ιταλία, ήμουν ανήσυχο πνεύμα. Προσπαθούσα να κλέψω καινούργιες ιδέες σε οτιδήποτε αφορούσε το επάγγελμά μου. Δεν είναι τυχαίο το παρατσούκλι που μου είχαν βγάλει στο φαρμακείο που δούλευα εκεί, «η Ελληνίδα το Σφουγγάρι». Όταν ανέλαβα το φαρμακείο του πατέρα μου επιστρέφοντας στην Ελλάδα, γρήγορα συνειδητοποίησα ότι σαν ομάδα μπορούμε σίγουρα να καταφέρουμε αυτά που σαν μονάδα δεν μπορούμε, διότι χρειάζονται

εξειδικευμένες γνώσεις, διαθέσιμος χρόνος, οικονομικοί και ανθρωπίνι πόροι, ειδικά μέσα και εύρος απήχησης. Οι μεμονωμένες ενέργειες αποφέρουν περιουσιακά αποτελέσματα και ιδιαίτερα σήμερα το φαρμακείο δεν μπορεί να σταθεί σαν επιχείρηση με ένα-δύο άτομα. Γι' αυτό το λόγο αποφάσισα να γίνω μέλος – μέτοχος της

Advance Pharmacies που αποτελεί το μεγαλύτερο πανελλαδικό δίκτυο φαρμακείων, με στόχο την ανάδειξη του φαρμακείου μας σε ένα σύγχρονο χώρο παροχής ολοκληρωμένων συμβουλών υγείας, αλλά και για να μπορέσει να σταθεί σαν επιχείρηση σε ένα ολοένα δυσμενέστερο οικονομικό περιβάλλον.

Η Advance Pharmacies έχει σαν όραμα τη δημιουργία και την εδραίωση του σύγχρονου φαρμακείου με πλήρη εκμετάλλευση των σημερινών τεχνολογικών δυνατοτήτων, καλαίσθητο και λειτουργικό περιβάλλον, συνεχή παροχή υψηλού επιπέδου συμβουλευτικών υπηρεσιών και ανάδειξη της



επιστημονικής εγκυρότητας του φαρμακοποιού.

Πρώτα απ' όλα με βοήθησαν στην οργάνωση του χώρου με ξεχωριστή μελέτη που έγινε για το φαρμακείο μου. Κατηγοριοποίησα και τοποθέτησα τα προϊόντα με τη βοήθεια εξειδικευμένων συνεργατών και μου πρότειναν τα κατάλληλα συστήματα in Store προβολής και ψηφιακής σήμανσης. Παράλληλα φροντίσαμε και την εξωτερική εμφάνιση του φαρμακείου, που προσδίδει την αναγνωρισιμότητα της εταιρικής ταυτότητας του δικτύου.

Πολύ σημαντικό κομμάτι είναι η οργάνωση της λειτουργίας του φαρμακείου μου μέσω σύγχρονου λογισμικού συστήματος, με άμεση τεχνική υποστήριξη για εύκολη εξαγωγή στατιστικών στοιχείων. Αυτά τα στατιστικά στοιχεία τα μελετούν εξειδικευμένοι σύμβουλοι του Marketing της Advance και σχεδιάζουν ένα εξατομικευμένο ετήσιο Business και Marketing Plan, που έχει ως στόχο την κερδοφορία του φαρμακείου μου. Επίσης οι σύμβουλοι του δικτύου με βοήθησαν με χρηστικά και ευκολομεταχειρίσιμα Reports παρακολούθησης όλων των πωλήσεων.

Τέλος, θεωρώ ότι σημαντικό ρόλο στις πωλήσεις μας παίζει και η οργάνωση περιοδικών προβολών που ενισχύουν την παρορμητική αγορά του καταναλωτή, καθώς και η διάθεση αποκλειστικών μαρκών και προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας του δικτύου, με υψηλό ποσοστό mark up.»

### Η επικοινωνία με τον πελάτη μας, το πρωταρχικό μας μέλημα

«Αναμφισβήτητο ο σημερινός πελάτης του φαρμακείου είναι πιο ενημερωμένος και ζητά πιο εξειδικευμένα προϊόντα. Γι' αυτό προσπαθούμε να του προσφέρουμε μια πιο ποιοτική συμβουλή με ολοκληρωμένη επικοινωνία, μέσω του περιοδικού του δικτύου Vitalité, με ειδικούς οδηγούς υγείας, με το portal [www.advancehealth.gr](http://www.advancehealth.gr) καθώς και την υπηρεσία T.V. advice (ψηφιακή 24ωρη επικοινωνία στις βιτρίνες των φαρμακείων), όπου προβάλλονται συμβουλευτικά μηνύματα, πληροφορίες, προτάσεις και κοινωνικά θέματα.

Αναμφισβήτητο σήμερα ο πελάτης, εκτός από την πολύτιμη συμβουλή του φαρμακοποιού, δεδομένου ότι ζούμε σε μια εποχή οικονομικής κρίσης, ζητάει προσφορές και δώρα στα καλλυντικά και στα παραφάρμακα. Εδώ η κάρτα πελάτη της Advance ανταμείβει την εμπιστοσύνη και την προτίμησή τους στο φαρμακείο μας.

Πολλές φορές ακούμε από τους guru του marketing να λένε ότι μόνο τα κακά νέα, και η δυσφήμιση διαδίδονται πολύ εύκολα και όχι τα καλά. Αυτό ευτυχώς δεν συμβαίνει στη δική μας περίπτωση! Η καλή φήμη του φαρμακείου μας διαδίδεται και δεν είναι λίγες οι φορές που οι πελάτες μου, που είναι άνθρωποι όλων των ηλικιών και των κοινωνικών στρωμάτων, με έχουν συγκινησει βαθύτατα με τα λόγια και τις πράξεις τους, θέλοντας να μου δείξουν την αγάπη, το σεβασμό, την εκτίμηση και την εμπιστοσύνη τους. Είναι αυτές οι στιγμές που σε κάνουν να ξεχνάς όλες τις

δυσκολίες και τις αντιξοότητες του επαγγέλματος, στιγμές που σε κάνουν περήφανο και σου δίνουν ώθηση να συνεχίσεις και να πας ακόμη πιο πέρα.»

### Ποιο είναι το μέλλον μας;

«Όπως είναι γνωστό ο χώρος του φαρμακείου βάλλεται από παντού σήμερα. Τα ασφαλιστικά ταμεία δεν μας πληρώνουν, η πίστωση στις φαρμακαποθήκες έχει μειωθεί, οι εκπώσεις έχουν περιορισθεί, η εμπορική πολιτική των εταιρειών έχει αλλάξει προς το χειρότερο, οι συχνές αλλαγές των τιμών στο φάρμακο έχουν επηρεάσει αρνητικά την κερδοφορία του φαρμακείου.

Μια λύση λοιπόν μας μένει: να επενδύσουμε στο χώρο του καλλυντικού και του παραφαρμάκου και παράλληλα να μελετήσω ιδιαίτερα τη προβολή των προϊόντων αυτοθεραπείας και εναλλακτικής αγωγής, όπως η φυτοθεραπεία και αρωματοθεραπεία, που είναι και η κληρονομιά γνώσης που πήρα από τον πατέρα μου.

Η επένδυση αυτή πρέπει όμως να γίνει με προσοχή, ώστε να μη στοκάρουμε άσκοπες ποσότητες και η επιλογή των εταιρειών καθώς και των προϊόντων να γίνεται κατόπιν προσεκτικής μελέτης, με βάση συγκεκριμένου business plan και προτάσεων καλύτερης συνεργασίας από μέρους των εταιρειών-προμηθευτών μας.

Το φαρμακείο είναι ο χώρος που με εκφράζει απόλυτα και σαν άνθρωπο και σαν επαγγελματία. Είναι ο χώρος που περνάω τις περισσότερες ώρες της ημέρας. Δεν μπορώ να φανταστώ τον εαυτό μου να δουλεύει κάπου αλλού, μακριά από τον πάγκο. Γι' αυτό θα συνεχίσω τις προσπάθειες εξέλιξής μου τόσο σε επιστημονικό επίπεδο όσο και σε επιχειρηματικό.

Πιστεύω ότι κάποτε τα πράγματα θα πάρουν τον δρόμο τους. Ένα είναι σίγουρο: ότι το φαρμακείο αλλάζει και δε θα είναι όπως παλιά! Για αυτό συνεχίζω με αισιοδοξία να ενημερώνομαι, να βελτιώνομαι, να είμαι πάντα επίκαιρη, να πα-



ρακολουθώ τις εξελίξεις από κοντά και όχι από απόσταση και να είμαι κοντά στους πελάτες – συνανθρώπους μου. Είμαι συνειδητοποιημένη ότι πλέον το φαρμακείο δεν είναι το επάγγελμα που μπορεί να σου προσφέρει με άνεση χρήματα όπως παλιά. Το μόνο που θέλω είναι να κρατήσω ζωντανή την επιχείρησή μου στο επίπεδο που είναι και να διατηρήσω αλώβητη τη θετική σκέψη και αισιοδοξία μου. Δεν πρόκειται να ξεχάσω τη στιγμή που μου παρέδωσε ο πατέρας μου τα κλειδιά του φαρμακείου το 2007, δίνοντας μου την ευχή του καθώς και μια συμβουλή: «Σου παραδίδω ένα φαρμακείο που αγωνίστηκα πολύ για να το φέρω σε αυτό το επίπεδο που είναι τώρα, που το αγάπησα πολύ, εργάστηκα τίμια με αυταπάτηση, και σου εύχομαι όχι μόνο να μου μοιάσεις, αλλά και να με ξεπεράσεις. Ένα μόνο πράγμα μη ξεχάσεις κατά τη φαρμακευτική σου πορεία, να αντιμετωπίζεις τους ανθρώπους με καλοσύνη, σεβασμό και ανθρωπιά και ο θεός θα σου το ανταποδώσει.» Νομίζω ότι αυτό τα λέει όλα!» ■

### Το μυστικό της επιτυχημένης μου πορείας

«Αν αναλογιστώ ποιά είναι το μυστικό της επιτυχημένης μέχρι τώρα πορείας μου, η απάντηση είναι ότι δεν είναι ένα μόνο πράγμα, αλλά το πάντρεμα πολλών παραγόντων. Από τη μία πλευρά είναι η σωστή οικονομική και εμπορική διαχείριση του φαρμακείου μου. Ευτυχώς σε αυτόν τον τομέα έχουμε και την πολύτιμη βοήθεια των εξειδικευμένων ανθρώπων της Advance. Από την άλλη πλευρά είναι το ανθρώπινο δυναμικό, με την πείρα, την πολύ καλή γνώση του εργαστηρίου, την καλή χημεία που υπάρχει μεταξύ μας αλλά και τον τρόπο εξυπηρέτησης των πελατών. Όταν μπαίνει ένας πελάτης μέσα στο φαρμακείο μας, δεν τον αντιμετωπίζουμε σαν ένα απλό πελάτη που μπήκε μέσα στο μαγαζί, αλλά σα συνάνθρωπο που χρειάζεται τη βοήθειά μας.

Αυτό σημαίνει ότι:

- Πρέπει να τον υποδεχτούμε με χαμόγελο και τον κατάλληλο χαιρετισμό.
- Να ακούσουμε προσεκτικά το πρόβλημά του.
- Να του προτείνουμε την καλύτερη και πιο αποτελεσματική λύση για το πρόβλημά του.
- Αυτή η λύση να είναι οικονομική και να την αιτιολογήσουμε.
- Να παρέχουμε μερικές φορές και ψυχολογική υποστήριξη, γιατί ο φαρμακοποιός εκτός από υγειονομικός είναι και ψυχολόγος και ψυχαναλυτής, άνθρωπος εμπιστοσύνης, ο άνθρωπος της δίπλανής πόρτας και τέλος,
- Να τον ευχαριστήσουμε που μας επέλεξε σα φαρμακείο.

Με λίγα λόγια ο πελάτης πρέπει να νιώθει μέσα στο χώρο του φαρμακείου άνετα, οικεία, φιλικά, να έχει πλήρη εμπιστοσύνη στις συμβουλές και στις προτάσεις του φαρμακοποιού του.»

# ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΑΟSEPT® PLUS

Προς κ.κ. φαρμακοποιούς και φαρμακεμπόρους

Η εταιρεία  Gerolymatos International® ανακοινώνει την κυκλοφορία του προϊόντος ΑΟSEPT® PLUS της CIBA VISION



Μπορεί η φροντίδα των  
φακών επαφής να κάνει  
τους φακούς πιο άνετους;



Φυσικά. Για μία μοναδική εμπειρία εφαρμογής με τους σημερινούς φακούς επαφής, προτείνετε το ΑΟSEPT® PLUS.

VC/LC/AOSE/PA/2011-168-81800/GR/10-2012

# Αντιγήρανση

## Εκπληκτική

## ανανέωση

Σε μια αγορά όπου κυριαρχεί η καινοτομία και όχι τόσο η φήμη της μάρκας, οι εταιρείες και οι μάρκες τους παρουσιάζουν συνεχώς νέες μορφές και κυρίως πρωτοποριακά συστατικά και δράσεις. Μέσα όμως σε ένα περιβάλλον μείωσης της αγοραστικής ικανότητας του καταναλωτή, η προσπάθεια πλέον επικεντρώνεται σε μεγάλο βαθμό σε προσφορές και ειδικές προωθητικές ενέργειες. Το φαρμακείο, έχοντας κερδίσει την αξιοπιστία του σε ποιοτικά προϊόντα, πρέπει να ακολουθήσει και αυτό το ρεύμα της εποχής!

**Σ**ήμερα μέσα σε ένα περιβάλλον επαναπροσδιορισμού των αξιών, ο ονειρικός κόσμος της νεότητας μέσα από ένα βάζο κρέμας, παίρνει τη θέση του βασιζόμενος σε πιο «αντικειμενικά δεδομένα». Μηνύματα του παρελθόντος ότι αυτή η κρέμα «εξαφανίζει τις ρυτίδες», έχουν αντικατασταθεί με λέξεις όπως «απαλύνει» και «προλαμβάνει».

Όσο για τις πωλήσεις σύμφωνα με στοιχεία της IMS Health το 2011 παρέμειναν σταθερές στα 39 εκ € σε σχέση με το 2010.

Η αντιγήρανση κατέχει μερίδιο 23,0% στη συνολική αγορά των δερμοκαλλυντικών στο φαρμακείο. Η κατηγορία φυσικά παρουσιάζει μια πτώση των πωλήσεων -4% μεταξύ Σεπτ' 2011/Σεπτ' 2012 και ανέρχεται στα 38 εκ €, πολύ λιγότερη όμως από το σύνολο της αγοράς των καλλυντικών στο φαρμακείο..

Σε αυτή την υποκατηγορία των δερμοκαλλυντικών της αντιγήρανσης, οι κρέμες ημέρας (συμπεριλαμβανομένων και των ορών) κατέχουν το 66,5%, της νύχτας το 11% και των ματιών το 15,2%.

### Η αντιγήρανση δεν είναι όπως παλιά, προϊόν πολυτελείας!

Η κυρία Ισαβέλλα Σακαρέλλου Διευθύντρια Marketing της εταιρείας KOPPEΣ επισημαίνει: «*Η δεδομένη οικονομική συγκυρία σαφέστατα αγγίζει και τον κλάδο των καλλυντικών. Ωστόσο, καθώς παρατηρείται μετατόπιση των καταναλωτών ανάμεσα στα δίκτυα πώλησης σε αναζητήση προϊόντων βάσει του τριπτύχου ποιότητα/αποτελεσματικότητα/ προσιτή τιμή, παρουσιάζεται μία μοναδική ευκαιρία ανάπτυξης για το φαρμακοποίο, ο οποίος συνδυάζει το επιστημονικό προφίλ και τη δυνατότητα έγκυρης διάγνωσης και ανταπόκρισης στις ανάγκες του πελάτη με τη διάθεση καινοτόμων προϊόντων για κάθε ανάγκη. Ειδικά στην κατηγορία της αντιγήρανσης, το φαρμακείο αποτελεί ιδανικό προορισμό, προσφέροντας καλλυντικά ανώτερης ποιότητας και δράσης και, παράλληλα, προσιτής τιμής. Ιδιαίτερα τα φυσικά καλλυντικά αντιγήρανσης, κερδίζουν ολοένα και περισσότερο την προτίμηση του κοινού, αφού, συνδυάζοντας πρωτοποριακά επιστημονικά ευρήματα, τεχνολογία αιχμής, ευεργετικά φυσικά συστατικά και κλινικά ελεγμένη αποτελεσματικότητα, είναι σε θέση να παρουσιάζουν εφάμιλλη ή ανώτερη δράση συγκριτικά με τα συμβατικά καλλυντικά, καθιστώντας τα μια μοναδική πρόταση προσιθέμενης αξίας για τον καταναλωτή του φαρμακείου.*»

Παράλληλα είναι απαραίτητο να αναφερθούμε σε αυτό το αφιέρωμα της αγοράς αντιγήρανσης και στην αυξανόμενη τάση των συμπληρωμάτων διατροφής, που αναφέρονται σε θρεπτικά συστατικά και δράσεις που συμβάλλουν στη διατήρηση της καλής φυσικής κατάστασης του δερμικού ιστού και την προστασία του από τις καταστροφικές επιδράσεις του περιβάλλοντος.

Τα στοιχεία πωλήσεων της κατηγορίας αυτής σύμφωνα με την IMS Health ήταν 663.123€ το 2010, 661.433€ το 2011 και σε κυλιόμενο δωδεκάμηνο Σεπτ' 2011/Σεπτ' 2012 ανήλθαν στα 695.862€.

Συγκεκριμένα η κυρία Έρση Κλημεντίδου Διευθύντρια Marketing της εταιρείας Power Health μας ενημερώνει: «*Η ομορφιά αποτελεί διαχρονική επιθυμία κάθε γυναίκας που πάντα αναζητά τρόπους να τη διατηρήσει και να αντιμετωπίσει το μεγαλύτερο εχθρό της ...το χρόνο. Το δέρμα είναι το όργανο που έχει ως αποστολή μεταξύ άλλων να αποτελεί την ασπίδα του οργανισμού μας στους εξωτερικούς εχθρούς και εισβολείς. Όμως επειδή βρίσκεται στην επιφάνεια του σώματος δεν είναι εύκολο να τραφεί, δηλαδή να παραλάβει τα θρεπτικά συστατικά μέσω της κυκλοφορίας του αίματος ώστε να λειτουργεί απρόσκοπτα. Οι ελεύθερες ρίζες αποτελούν τη ...ρίζα της πρόωρης γήρανσης και απαιτούν για την εξουδετέρωσή τους πολλών ειδών αντιοξειδωτικά όπως οι βιταμίνες A, C, E, το ινχονστοιχείο σελήνιο κ.α. Η συνεχώς μειούμενη ικανότητα του δέρματος να ενυδατωθεί, δηλαδή να έχει επάρκεια υαλουρονικού οξέος, καθώς και η δυσκολία στην παραγωγή του κολλαγόνου που είναι υπεύθυνο για τη σφριγηλότητα του δέρματος, μας οδηγεί στην αναγκαιότητα της συμπληρωματικής λήψης των φυσικών αντιγηραντικών συστατικών. Έτσι στην αντιγηραντική αγωγή οφείλουμε να συμπεριλάβουμε και τα «εσωτερικά» καλλυντικά. Η φύση μας τα παρέχει απλόχερα και μας δίνει τα όπλα κατά της πρόωρης γήρανσης: ρόδι, σταφύλι, υαλουρονικό οξύ, συνένζυμο Q10, βιταμίνη C μαζί με ινχονστοιχεία μετάλλων και φυσικά βιταμίνες τύπου B που είναι υπεύθυνες για τη δομή του δέρματος.*»

### Τα καλλυντικά προϊόντα αντιγήρανσης

Από την **Cosmetique Active**, η μάρκα **VICHY** κατέχει το 32,9% της αγοράς του φαρμακείου. Η κ. Ελπίδα Φιλιππίδου Διευθύντρια Marketing της μάρκας μας λέει: «*Η αντιγήρανση ηλικιακά απευθύνεται πλέον στο κοινό από πολύ νωρίς, είτε πρόκειται για την εμφάνιση των πρώτων ρυτίδων, είτε για ανάγκες πιο έντονων σημαδιών γήρανσης,*



σύσφιξης, χαλάρωσης μέχρι και την περίοδο της εμμηνόπαυσης που οι ανάγκες είναι πιο συγκεκριμένες. Για τη VICHY η αντιγήρανση είναι προτεραιότητα, μιας και τα προϊόντα της αποτελούν την κορυφαία πρόταση αντιγήρανσης και αξίας για τους καταναλωτές, που βρίσκουν στο φαρμακείο προϊόντα υψηλής τεχνολογίας και σπάνταρντ, με καλλυντική προσέγγιση και σε προσιτές τιμές. Πρόκειται για προϊόντα που δημιουργούνται μετά από χρόνια έρευνας με πατενταρισμένες ευρεσιτεχνίες και υψηλή τεχνολογία, βασισμένα σε συστατικά με αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα.»



Η VICHY έχει μια ολοκληρωμένη σειρά προτάσεων που ξεκινούν από τις πρώτες ρυτίδες με την **IDEALIA**, τις πιο έντονες ρυτίδες και την ανάγκη σύσφιξης με την **LIFTACTIV**, και τις ιδιαίτερες ανάγκες της επιδερμίδας κατά την εμ-

μηνόπαυση με τη **NEOVADIOL**.

Ιδιαίτερα ο ορός **LIFTACTIV SERUM 10** δημιουργήθηκε μετά από 10 χρόνια έρευνας και 4 ευρεσιτεχνίες και χάρη στη σύνθεση και τα αποτελέσματά του, έλαβε διεθνείς διακρίσεις σχετικά με την καινοτομία του, κατακτώντας και τις Ελληνίδες. Κατέχει την 1<sup>η</sup> θέση στην Ευρώπη και στο Ελληνικό Φαρμακείο, με μερίδιο 34% στους ορούς αντιγήρανσης (IMS Αυγ 2012, οροί αντιγήρανσης). Η σύνθεσή του βασίζεται σε ισχυρά δραστικά συστατικά σε υψηλή συγκέντρωση: Ραμνόζη 10%, συστατικό φυτικής προέλευσης με αντιγηραντικές και καταπραυντικές ιδιότητες, Υαλουρονικό οξύ και Ceramides, τα οποία αποτελούν απομίμηση των ceramides που υπάρχουν φυσικά στην επιδερμίδα επιταχύνοντας τη διείσδυση του ενεργού συστατικού στο θηλώδες δέρμα (Derm source).



Από την ίδια εταιρεία και η μάρκα **La Roche-Posay** προτείνει τη νέα **REDERMIC [C]**, με Ιαματικό Νερό της La Roche-Posay και νέα σύνθεση με Βιταμίνη C, Μανόζη και κλάσματα Υαλουρονικού Οξέος για άμεσα αποτελέσματα. Πρόκειται για μια αντιγηραντική φροντίδα που "γεμίζει" τις ρυτίδες, ιδανική για το ευαίσθητο δέρμα και η οποία δρα άμεσα σε όλα τα συμπτώματα γήρανσης του ευαίσθητου δέρματος: ρυτίδες, απώλεια σφριγηλότητας και ανομοιομορφία όψη.

Διατίθεται σε κρέμα προσώπου (για κανονικό/μικτό και για ξηρό δέρμα) και κρέμα ματιών.



Από την εταιρεία **Pierre Fabre**, τα **Δερματολογικά Εργαστήρια Avène** δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην έρευνα της αντιγήρανσης. Η αναζήτηση αυτή στέφεται με επιτυχία όταν αριθμεί μια σειρά από ευρεσιτεχνίες στον τομέα αυτόν, όπως τα Αποκλειστικά Κλάσματα Υαλουρονικού Οξέος ενδιάμεσου μοριακού Βάρους (HAF) και τη συνέργεια Ρετιναλδεΐδης – HAF, πρωταγωνιστές της σειράς αντιγήρανσης **Eluage**, μιας ολοκληρωμένης αντιρυτιδικής και συσφιγκτικής σειράς φροντίδας για τη νύκτα. Παράλληλα, η μάρκα προτείνει για τις πιο ώριμες ηλικίες τη σειρά φροντίδας για το ώριμο δέρμα **Sérénage** σε κρέμα ημέρας, νύκτας και ορό. Καινοτομία, η νέα κρέμα ημέρας **Sérénage unifiant** SPF 20 που προλαμβάνει και διορθώνει τις καφέ κηλίδες χαρίζοντας ομοιόμορφο χρώμα στο ώριμο δέρμα.

Η αρχή στην αντιγήρανση με την **Avène** έγινε πριν 17 χρόνια με το λανσάρισμα της σειράς **Ysthéal**, η οποία παραμένει στην πρώτη γραμμή ζήτησης και κατέχει επιλεκτική θέση τόσο στη συνταγογράφηση των γιατρών όσο και την προτίμηση των καταναλωτών.

Από την ίδια εταιρεία, η μάρκα **Galénic** προτείνει τη σειρά **Ophycée**.

30 χρόνια έρευνας σε συνεργασία με το CNRS (Εθνικό Κέντρο Ερευνών της Γαλλίας), επέτρεψαν στα Εργαστήρια Galénic να αποκρυπτογραφήσουν το μυστικό της εξαιρετικής αναζωογονητικής δυναμής των κυανοφυκών, απομονώνοντας για 1<sup>η</sup> φορά τα 3 δραστικά συστατικά τους,



συγκεντρώνοντάς τα σε μια μορφή δραστικής πούδρας: την κυτοσόλη, τις φυκοβιλιρωτεΐνες και τα μέταλλα. Το αγνό απόσταγμα κυανοφυκών δρα απευθείας στη σύνθεση των μικρο-αγγείων του δέρματος και έτσι οι ρυτίδες λειαίνουν ορατά και το πρόσωπο ανανεώνεται. Η ολοκληρωμένη σειρά Ophycée έχει φίνες συνθέσεις και ένα απολαυστικό άρωμα από 3 νότες φρούτων, λουλουδιών και ανθισμένου δάσους, που αλληλοσυμπληρώνονται για να χαρίσουν μια υδάτινη δροσερή αίσθηση.



Η **Johnson & Johnson** παρουσιάζει τη νέα **RoC MULTI-CORREXION™** για πολλαπλά σημάδια γήρανσης. Πρόκειται για μια πλήρη σειρά με κρέμα ημέρας και νύκτας, κρέμα βαθιάς αναδόμησης, κρέμα ματιών και εντατικό ορό, με κλινικά αποδεδειγμένη δράση στα 5 σημάδια γήρανσης: ρυτίδες, χαλάρωση,

**Αποτέλεσμα συνολικού lifting**  
ακόμα και για τις ευαίσθητες επιδερμίδες.

## ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ **LIFTACTIV**

№ 1 αντιρυτιδική και συσφικτική  
φροντίδα στο φαρμακείο<sup>3</sup>

**ΟΡΑΤΗ ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ ΣΕ 4 ΗΜΕΡΕΣ.<sup>4</sup>**

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ DERM SOURCE:  
ΒΙΤΑΜΙΝΗ C + ΡΑΜΝΟΖΗ**

Ενεργοποιεί την κινητήριο δύναμη  
νεότητας του δέρματος. Test in vitro.  
Δρα στις 4 περιοχές του προσώπου  
με τις πιο έντονες ρυτίδες.<sup>5</sup>  
Αποτελέσματα σε 1 μήνα.

**-20%**  
ΣΤΙΣ ΡΥΤΙΔΕΣ  
ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΤΙΣ  
ΠΙΟ ΕΝΤΟΝΕΣ<sup>1</sup>

**+14%**  
ΣΤΗ ΣΦΡΙΓΗΛΟΤΗΤΑ<sup>2</sup>

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΟ  
ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ  
[www.vichy.gr](http://www.vichy.gr)



<sup>1</sup>Κλινική μελέτη - 49 γυναίκες - σύνθεση γυμνάσιου - 2 μήνες.  
<sup>2</sup>Κλινική μελέτη - 40 γυναίκες - σύνθεση γυμνάσιου.  
<sup>3</sup>IMS, Ιαν.-Ιουλ. 2012, αντιγήρανση σε αεία.  
<sup>4</sup>Προσωπικές αξιολογήσεις από 54 γυναίκες.  
<sup>5</sup>Κλινική δοκιμή σε 49 γυναίκες.

**ΕΥΑΙΣΘΗΤΕΣ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΕΣ  
ΧΩΡΙΣ PARABEN  
ΜΕ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΝΕΡΟ ΤΗΣ VICHY**

**VICHY**  
LABORATOIRES

ξηρότητα, καφέ κηλίδες και θαμπή όψη, Μετά από 7 χρόνια έρευνας, οι επιστήμονες της Johnson & Johnson ανακάλυψαν μια έξυπνη τεχνολογία, η οποία δουλεύει στον κεντρικό μηχανισμό λειτουργίας της επιδερμίδας για να μπλοκάρει και να αντιστρέψει τη γήρανση. Η τεχνολογία αυτή ονομάζεται **HEXINOL™**. Πρόκειται για το μόριο Hexylresorcinol που βρίσκεται στο παραθαλάσσιο φυτό sea holly, γνωστό για τις αντισηπτικές και αποχρωματιστικές του ιδιότητες, με κορυφαία επίπεδα ανεκτικότητας από την επιδερμίδα και με έντονη αντιγηραντική δράση. Το HEXINOL™ στοχεύει στο να αναστείλει την ενεργοποίηση του βιολογικού μονοπατιού NF-kB, (παράγοντας που εμποδίζει την κυτταρική ανανέωση) και σε συνέργεια με τα υπόλοιπα συστατικά (Βιταμίνη C, Βιταμίνη E, Silk pearls και shea butter), οδηγεί σε μια νέα επαναστατική τεχνολογία και έτσι εξασφαλίζει στις συνθέσεις των προϊόντων Multi-Correxion τη μέγιστη αποτελεσματικότητα στην αντιγήρανση.

Ανάμεσα στις φυσικές μάρκες καλλυντικών η εταιρεία **KORRES** προτείνει τη συσφικτική και αντιρυτιδική σειρά **ΜΑΥΡΗ ΠΕΥΚΗ**, με ποσοστό φυσικού περιεχομένου έως 97,7% που καλύπτει όλες τις απαιτήσεις αντιγήρανσης της ώριμης επιδερμίδας (45+), μέσα από τέσσερα συστήματα δράσης: σύσφιξη και ανόρθωση περιγράμματος προσώπου, άμεσο lifting, επανόρθωση ρυτίδων, ενυδάτωση και λάμψη.



Η σειρά **ΜΑΥΡΗ ΠΕΥΚΗ** είναι το αποτέλεσμα ερευνών για τη δράση ισχυρών φυσικών δραστικών σε συγκεκριμένα βιολογικά μονοπάτια, ορισμένα από αυτά με κατοχυρωμένες ευρεσιτεχνίες, όπως η Επιγαλλοκατεχίνη και η Κερσετίνη - παγκόσμια καινοτομία **KORRES**, βασισμένη σε βραβείο Νόμπελ. Οι κλινικές μελέτες πιστοποιούν την αποτελεσματικότητα της σειράς σε όλες τις απαιτήσεις αντιγήρανσης, κάτι, που επιβεβαιώνεται και από τις γυναίκες που τη δοκίμασαν: 9 στις 10 θα άλλαζαν την κρέμα τους με τη **ΜΑΥΡΗ ΠΕΥΚΗ** και πολλές από αυτές θα είναι νέες πελάτισσες για το φαρμακείο.

Η **APIVITA** εκτός από την εδραιωμένη της σειρά αντιγήρανσης **Queen Bee**, παρουσιάζει σαν καινοτομία το φυσικό ορό σύσφιξης με βασιλικό πολτό και βιταμίνη Α, **APIVITA Natural Serum**, με 95% φυσικά συστατικά. Χάρη στην καινοτομία του φρέσκου ελληνικού βασιλικού



κού πολτού, εγκλωβισμένου σε λιποσώματα, τη βιταμίνη Α και το λινάρι, προσφέρει:

- Αύξηση της ελαστικότητας της επιδερμίδας κατά 36%.
- Αύξηση της σφριγηλότητας της επιδερμίδας κατά 13%.
- Βελτίωση της υφής και της όψης της επιδερμίδας κατά 90%.

Η ολοκληρωμένη **σειρά αντιγήρανσης Frezyderm** για το πρόσωπο και το σώμα της **Frezyderm**, αποτελείται από



προϊόντα με πολυλειτουργικές φόρμουλες που προλαμβάνουν και αντιμετωπίζουν τα σημάδια της φωτο-, χρονο- και βιο- γήρανσης.

Η σειρά σχεδιάστηκε σύμφωνα με τα νεότερα δεδομένα της σύγχρονης κοσμητολογίας και στηρίζεται σε 2 καινοτομίες:

- ενεργοποίηση των γονιδίων νεότητας που εξασφαλίζουν την άμυνα και την επανόρθωση του δέρματος, ενώ παράλληλα επιβραδύνουν τη διαδικασία γήρανσης
- προστασία και ενεργοποίηση των βλαστοκυττάρων του δέρματος για την παραγωγή λιπιδίων και πρωτεϊνών που "γεμίζουν" τις ρυτίδες από μέσα.

Η σειρά περιλαμβάνει αντιγηραντικές κρέμες ημέρας και νύχτας για το πρόσωπο και το λαιμό, κρέμα ματιών, serum, κρέμα κατά των ρυτίδων με εφέ botox, συσφικτική κρέμα για το λαιμό, σύστημα αντιγήρανσης και επανόρθωσης καθώς και αντιγηραντική φροντίδα σώματος.



Από τη **Lavipharm** η **CASTALIA Laboratoires Dermatologiques** με τη σειρά αντιγήρανσης **CHRONODERM**, καινοτομεί με τον αντιγηραντικό ορό **Chronoderm Active 5 Serum**. Πρόκειται για έναν ορό ανάπλασης και επανόρθωσης για το πρόσωπο και το λαιμό, κατάλληλο για κάθε τύπο επιδερμίδας, με λεπτή και ελαφριά υφή. Περιέχει 5 ενεργά συστατικά που δρουν συνεργαστικά, σε 5 λειτουργίες νεότητας των κυττάρων της



# 9 στις 10 γυναίκες που τη δοκίμασαν θα άλλαζαν την κρέμα τους

in vivo test 90 ημερών

Σύσφιξη & ανόρθωση περιγράμματος / Άμεσο lifting / Επανόρθωση ρυτίδων / Ενυδάτωση & λάμψη

Με Παγκόσμια Καινοτομία βασισμένη σε βραβείο Νόμπελ

## **KORRES** ΜΑΥΡΗ ΠΕΥΚΗ

ΒΟΤΑΝΑ  
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ  
ΕΚΧΥΛΙΣΕΙΣ  
ΕΡΕΥΝΑ

### Για σύσφιξη και επανόρθωση ρυτίδων

Κύριο δραστικό συστατικό το εκχύλισμα μαύρης Πεύκης σε συνδυασμό με την ισχυρά αντιοξειδωτική ουσία Επιγαλλοκατεχίνη, η οποία αποδεδειγμένα\* δρα ανασταλτικά στην αποδόμηση των πρωτεϊνών της επιδερμίδας, βοηθώντας τη να διατηρεί τη σφριγηλότητα και ελαστικότητά της.

Παγκόσμια Καινοτομία βασισμένη στο Νόμπελ 'Σύστημα ουβικιτίνη-πρωτεάσωμα'. Το ισχυρό φλαβονοειδές Κερσετίνη διατηρεί τη ζωτικότητα των κυττάρων και δρα ενάντια στις ρυτίδες.



Χωρίς Mineral oil  
Χωρίς Σιλκόνες  
Χωρίς Parabens  
Χωρίς Προπιλενογλυκόλη  
Χωρίς Αιθανολαμίνες

ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ

επιδερμίδας: ανανέωση, θρέψη, οξυγόνωση, ενυδάτωση και προστασία. Έτσι, μετά από 8 εβδομάδες εφαρμογής του ορού, έχουμε ορατά αποτελέσματα, που τεκμηριώνονται από κλινική μελέτη: μείωση των ρυτίδων, λείανση της επιδερμίδας, αύξηση της σφριγηλότητας, ενίσχυση της ενυδάτωσης, βελτίωση της χρωματικής ομοιομορφίας.

Η εταιρεία **ISOPLUS** καινοτομεί και παρουσιάζει ένα μοναδικό σύστημα αντιγήρανσης, το **Organic Moroccan Argan Oil Stem Cell Anti-Aging System** με βιολογικό έλαιο Argan, για το οποίο οι κλινικές έρευνες έδειξαν ότι με καθημερινή χρήση μειώνεται ορατά η εμφάνιση των λεπτών γραμμών και ρυτίδων, ενώ η επιδερμίδα μένει εμφανώς ανανεωμένη, σφριγηλή και ενυδατωμένη.

Το καλλυντικό αυτό προϊόν είναι αποτέλεσμα μιας μοναδικής σύνθεσης από βλαστοκύτταρα Argan και φυτικά εκχυλίσματα και συμβάλει στη διατήρηση της νεότητας, ενώ είναι κατάλληλο για κανονικούς, ευαίσθητους και ξηρούς τύπους επιδερμίδας.



- Δράση στην επιφάνεια της επιδερμίδας, χάρη στο εκχύλισμα παπύρου 4%
- Δράση στο δικτυωτό στρώμα του χορίου, δηλαδή στο βάθος της επιδερμίδας, χάρη στο εκχύλισμα πιπεριού 1%
- Δράση λείανσης και επαναπύκνωσης της επιδερμίδας, χάρη στο καθαρό διάλυμα υαλουρονικού οξέος 5%
- Δράση Λάμψης και Προστασίας, χάρη στα εκχυλίσματα σπάνινων μαύρων λουλουδιών 3,5%
- Ενυδατική Δράση, χάρη στο φυτικό ενυδατικό σύμπλοκο 9%

Από την εταιρεία πλέον **Pharmathen**, η μάρκα **NUXE** προτείνει τη σειρά φροντίδας προσώπου **CRÈME PRODIGIEUSE®**, με 4 ενυδατικές αντιγηραντικές κρέμες για όλες τις γυναίκες, όλων των ηλικιών, που βοηθούν στην προστασία του δέρματος από το οξειδωτικό στρες. Για μακράς διάρκειας ενυδάτωση, η NUXE επέλεξε τη Φυτική



Από την εταιρεία **Κ.Α.Παπαέλληνας** η δερμοκαλλυντική σειρά **SYNCHROLINE** προτείνει στην αντιγήρανση:

- Τη **SYNCHROVIT**, μία αντιρυτιδική κρέμα προσώπου και λαιμού, η οποία συγχρονίζοντας τη δράση βιταμινών Α και Ε, με το υαλουρονικό οξύ και την τεχνολογία Oleosomes –Oleoscar, καταπολεμά αποτελεσματικά τις ρυτίδες και τις λεπτές γραμμές που προκαλούνται στην επιδερμίδα με την πάροδο του χρόνου.

- Την **TERPROLINE** ενάντια στη χαλάρωση και τη - Σειρά **LIPOACID** για λαμπερή και νεανική επιδερμίδα που, συγχρονίζοντας τη δύναμη του λιποϊκού οξέος, του πιο ισχυρού αντιοξειδωτικού στη φύση, με τις Βιταμίνες C και Ε, καταπολεμά αποτελεσματικά τις ελεύθερες ρίζες, επιτυγχάνοντας αντιοξειδωτική προστασία ανώτερου επιπέδου.



### Η αντιγήρανση της επιλεκτικής διανομής

Από την εταιρεία **ALES GROUPE** η μάρκα **LIERAC** παρουσιάζει για πρώτη φορά μία ολοκληρωμένη 24ωρη φροντίδα που εξασφαλίζει ολική αντιγήρανση της επιδερμίδας. Πρόκειται για την καινοτομία **PREMIUM FLUIDE** που διορθώνει όλα τα ορατά σημάδια γήρανσης: βαθιές ρυτίδες, απώλεια πυκνότητας, ανομοιογενή υφή. Η σύνθεσή της προσφέρει πλούσια τροφή και αποκαλύπτει τη λάμψη της επιδερμίδας. Παρέχει:

Γλυκερίνη, ένα δραστικό συστατικό με ισχυρές ενυδατικές ιδιότητες από τα βάθη της φύσης, ενώ για το οξειδωτικό στρες, 3 ισχυρά και συμπληρωματικά αντιοξειδωτικά συστατικά: το Λουλούδι Blue Everlasting, το Blue Agerate και Εκχύλισμα Κακάο.

Τα προϊόντα της σειράς είναι: ενυδατικές κρέμες ημέρας για κάθε τύπο επιδερμίδας, κρέμα ματιών, και κρέμα νύχτας.

Παράλληλα η μάρκα προτείνει στη σειρά Nuxuriance® ένα νέο προϊόν για την περιοχή των ματιών και των χειλιών τη **Nuxuriance® Eye and Lip**.

Προϊόν με αποδεδειγμένη φυτική αποτελεσματικότητα που βασίζεται σε 6 πατέντες και προσφέρει μια ολοκληρωμένη δράση 5 σημείων: αντιγηραντική, συσφικτική, κατά των μαύρων κύκλων, αποσυμφορητική, και δράση κατά των καφέ κηλίδων.

Τα εργαστήρια της **DARPHIN** στη σειρά αντιγήρανσης **Vitalskin**, δημιούργησαν δύο νέα προϊόντα για να ενισχύσουν τη ζωτική ενέργεια της επιδερμίδας, έναν ορό και ένα emulsion. Το καινοτόμο αυτό δίδυμο της Vitalskin, ενισχύει την ενεργειακή επίδοση της επιδερμίδας, χάρη στο **Enerstim Complex**. Αυτό το σύμπλεγμα περιέχει δύο φυτικά εκχυλίσματα τα οποία δρουν ως ενεργοποιητές ενέργειας για να ενισχύσουν τη ζωτι-



# Chronoderm

## Active 5 Serum

ΕΝΕΡΓΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ •  
5  
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΝΕΟΤΗΤΑΣ

**CASTALIA**  
LABORATOIRES DERMATOLOGIQUES PARIS



Ορός ανάπλασης και επανόρθωσης για το πρόσωπο και το λαιμό

### Λειτουργίες νεότητας της επιδερμίδας:

- Κυτταρική Ανανέωση
- Κυτταρική Θρέψη
- Κυτταρική Οξυγόνωση
- Κυτταρική Ενυδάτωση
- Κυτταρική Προστασία

# 5

### Ορατά αποτελέσματα μετά από 8 εβδομάδες\*:

- Μείωση ρυτίδων
- Λείανση επιδερμίδας
- Αύξηση σφριγηλότητας
- Ενίσχυση ενυδάτωσης
- Βελτίωση χρωματικής ομοιομορφίας

Ενεργά Συστατικά: Hyaluronic Acid, Hydroxyprolisilane®, Revitalin®, Pentaglycan®, Trealix®.  
Κατάλληλος για κάθε τύπο επιδερμίδας, με λεπτή και ελαφριά υφή.

### Δερματολογικά και Κλινικά Ελεγμένος\*

\*Κλινική Μελέτη με 56 εθελοντές για 8 εβδομάδες, DERMING, Μιλάνο, Ιταλία, 2008

**ΣΥΝΙΣΤΩΝΤΑΙ ΑΠΟ ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΟΥΣ • ΔΙΑΤΙΘΕΝΤΑΙ ΣΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ**

 Lavipharm

ΠΑΝΩ ΑΠΟ 20 ΧΡΟΝΙΑ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑΣ ΣΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΔΕΡΜΙΔΑΣ

κόπτη του δέρματος: το *Sapindus mukorossi*, ένα ανατολίτικο φαρμακευτικό φρούτο και το *Laminaria digitata*, μια πρωτεΐνη μακροζωίας που εκχυλίζεται από ένα καφέ φύκι. Το σύμπλεγμα αυτό δρα στη φυσική ενέργεια της επιδερμίδας, ενισχύοντας την αντίστασή της ενάντια στην κούραση και στις φθορές της καθημερινότητας.

Με καθημερινή χρήση του ορού και της *emulsion Vital-skin*, το δέρμα γίνεται όμορφα φωτεινό, με λαμπερή και νεανική όψη.

Η σειρά **Exclusive** της ελβετικής **SKINCODE** περιέχει δραστικά προϊόντα αντιγήρανσης και κυτταρικής ανάπλασης. Με βάση το ενεργό αναζωογονητικό σύμπλοκο πεπτιδίων **ACR-G2** και με έμπνευση από ιατρικές μεθόδους και υλικά όπως το υαλουρονικό οξύ και τα *botox-like* σύμπλοκα, τονώνει τις ζωτικές διαδικασίες ανανέωσης των κυττάρων, που μειώνονται με την ηλικία και καταφέρνει σημαντικά κλινικά αποτελέσματα στην ενίσχυση παραγωγής δομικών συστατικών, όπως το κολλαγόνο, η ελαστίνη, η λαμινίνη. Έτσι ενισχύει σταδιακά την πυκνότητα, την ελαστικότητα και τη σταθερότητα του δέρματος. Η σειρά περιλαμβάνει:



- την πλούσια σε βιταμίνες συσφικτική και ενυδατική κρέμα ημέρας με δείκτη προστασίας 15
- την αναδομητική κρέμα νύχτας με κερατολυτικούς παράγοντες που ενώ ενισχύει το κολλαγόνο, καθαρίζει παράλληλα το δέρμα από τα νεκρά κύτταρα
- τον ορό κυτταρικής επανόρθωσης για έντονη ανάπλαση και ενυδάτωση
- τον ειδικό απαλό ορό ματιών, πλούσιο σε συστατικά που μειώνουν τις ρυτίδες, το πρήξιμο, τη συμφόρηση και τους μαύρους κύκλους στην ευάλωτη περιοχή των ματιών

Από την εταιρεία **Κ.Α.Παπαέλληνας** η ολοκληρωμένη σειρά **Fillast** με τη δύναμη του υαλουρονικού οξέος, φέρνει την επανάσταση στην αντιγήρανση. Συνδυάζοντας την επιστήμη, την τεχνολογία και την πολυτέλεια, προσφέρει σε κάθε γυναίκα αυτό που έχει ανάγκη η επιδερμίδα της.



Η καινοτομική της σύνθεση περιλαμβάνει ένα μίγμα βιοτεχνολογικού υαλουρονικού οξέος, 3 διαφορετικών μοριακών βαρών και σε συνδυασμό με την τεχνολογία αιχμής **S.S.I.**, ενυδατώνει σε βάθος την επιδερμίδα, διατηρώντας την απαλή και σφριγηλή. Η σειρά περιλαμβάνει προϊόντα περιποίησης προσώπου, ειδικών περιοχών (μάτια, χείλη) και σώματος.

## ΚΑΛΥΝΤΙΚΗ ΜΕΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑ

### Μια νέα τάση στην κοσμητολογία

Η σειρά προϊόντων **Medi-Cosmetics®**, καλλυντικής Μεσοθεραπείας, των Εργαστηρίων **Filorga** αποτελεί μια επαναστατική πρόταση στον τομέα της Αντιγήρανσης και προέρχεται απευθείας από το χώρο της Αισθητικής Ιατρικής.

Βασίζεται σε λύσεις και συνθέσεις που χρησιμοποιούν και στις σειρές των ενέσιμων προϊόντων Αισθητικής Ιατρικής. Το βασικότερο και το πιο χαρακτηριστικό από αυτά είναι το σύμπλοκο **NCTF®**, με 53 δραστικά συστατικά (Αμινοξέα, Βιταμίνες, Συνένζυμα, Μέταλλα, Νουκλεϊκές Βάσεις και Αντιοξειδωτικά) που δρα σε πολλά επίπεδα, ενώ παράλληλα περιέχουν εκλεπτυσμένο Υαλουρονικό Οξύ υψηλού μοριακού βάρους, το οποίο συγκρατεί 1000 φορές το βάρος του σε νερό.

Αυτές οι συνθέσεις και τα μόρια δρουν στη μεσαία στιβάδα του δέρματος, το μεσοδερμα, χάρη στην επαναστατική τεχνολογία των Χρονοσφαιρών®, μια αποκλειστικότητα των Εργαστηρίων Filorga. Πρόκειται για μικροσκοπικά νανοτεχνολογικά μη-ιονικά οχήματα με μορφή κρεμμυδιού και μέσα σε αυτά αποθηκεύονται το **NCTF®** και το Υαλουρονικό Οξύ για να τα αποδεσμεύσουν σταδιακά στο δέρμα.

Ειδικά για την αντιγήρανση η σειρά προτείνει τον αντιγηραντικό ορό **MESO+**, για αναδόμηση του ώριμου δέρματος σε βάθος και στην επιφάνεια και σύσφιξη του προσώπου. Το σύμπλοκο **NCTF** και το Υαλουρονικό Οξύ ενεργοποιούν τη σύνθεση του κολλαγόνου, ενώ η *ενκαψιλωμένη Ρετινόλη*, δρα σε βάθος ενεργοποιώντας τη βιοσύνθεση του κολλαγόνου.





33 ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

# natural serum

*πολύτιμες σταγόνες ομορφιάς  
για άμεσα αποτελέσματα!*



ΕΝΥΔΑΤΩΣΗ

ΛΑΜΨΗ

ΑΝΤΙΓΗΡΑΝΣΗ

ΣΥΣΦΙΓΞΗ

**Αυτές τις σταγόνες περιμένει η επιδερμίδα σας για να αναγεννηθεί**

Τα APIVITA natural serum, με την υψηλότερη συγκέντρωση φυσικών δραστικών συστατικών, συνδυάζουν την απόλυτη δύναμη της φύσης και της επιστήμης και αποδεικνύουν την αποτελεσματικότητά τους με 14 κλινικές και εργαστηριακές μελέτες. Με φυσική σύσταση έως 98%, υαλουρονικό οξύ και βιοδραστική αλόη, σταθερή μορφή βιταμίνης C, βιο-ρεσερατρούλη, και βασιλικό πολτό εγκλωβισμένο σε λιποσώματα

#### Προσφέρουν

- Άμεση ενυδάτωση από την πρώτη εφαρμογή.
- Λάμψη και ομοιόμορφο χρωματικό τόνο.
- Μείωση της επιφάνειας των ρυτίδων έως και 77%.
- Αύξηση της σφριγηλότητας της επιδερμίδας και επαναφορά του περιγράμματος.

Για μέγιστα αποτελέσματα εναλλάξτε τους ορούς ανάλογα με τις ανάγκες της επιδερμίδας σας και χρησιμοποιήστε τους καθημερινά πριν την κρέμα προσώπου.

**ΧΩΡΙΣ PARABENS, SILICONES, PROLYLENE GLYCOL, MINERAL OILS, PHTHALATES**

## Τα συμπληρώματα διατροφής αντιγήρανσης

Από τη **Douni Health Products**, οι ταμπλέτες **Perfectil® Platinum** της **Vitabiotics** αποτελούν καινοτομία στη θρέψη του δέρματος. Η σύνθεση τους περιέχει ειδικά βιοενεργά θρεπτικά συστατικά, όπως το σύμπλεγμα Βιοθαλάσσιου Κολλαγόνου, πλούσιο σε πρωτεογλυκάνες για αύξηση της ελαστικότητας και συνοχής του δέρματος, δύο μοναδικά εκχυλίσματα, από σπόρους σταφυλιού και από φλοιό πεύκου, πλούσια σε oligomeric proanthocyanidins που βελτιώνουν την αιμάτωση στο δερμικό ιστό και ένα σύμπλεγμα αντιοξειδωτικών (λυκοπένιο, άλφα λιποϊκό οξύ, πράσινο τσάι και συνένζυμο Q10). Χάρη στα συστατικά αυτά το Perfectil® platinum βοηθά στην ανάπλαση και την προστασία του δέρματος, πολεμώντας τη γήρανση λόγω της ηλικίας στη διατήρηση της νεανικής όψης και της φυσικής απόχρωσης της επιδερμίδας.



Από τη **Natural Plus**, το συμπλήρωμα διατροφής **AGELOSS**, προϊόν Nature's Plus, USA, είναι μια επαναστατική, αντιγηραντική φόρμουλα που προστατεύει το δέρμα και ολόκληρο το σώμα από τη φυσική φθορά του χρόνου, καθώς και από την πρόωρη γήρανση που προκαλούν οι ελεύθερες ρίζες (ως γνωστόν οι ελεύθερες ρίζες αυξάνονται σε συνθήκες στρες, μόλυνσης του περιβάλλοντος, ακατάλληλης διατροφής κλπ.).



Μερικά από τα φυσικά συστατικά της φόρμουλας: Οργανικό θείο (MSM) για υγιές ελαστικό δέρμα, υγιή μαλλιά και νύχια. Άλφα Λιποϊκό Οξύ, σε συδυασμό με NAC (N-Acetyl Cysteine) για έντονη αντιοξειδωτική/αντιγηραντική προστασία. SOD (από πεπόνι *Cucumis melo*) για εξουδετέρωση των ελεύθερων ριζών και βελτίωση της υγείας των κυττάρων.



Από την εταιρεία **ISOPLUS**, το συμπλήρωμα **Hyaluronic Acid** της **Solgar** με Υαλουρονικό οξύ, μία φυσική ουσία που αποτελεί την πλέον καινοτόμα επιλογή για ενίσχυση και ανανέωση της επιδερμίδας. Παράλληλα περιέχει βιταμίνη C και το μοναδικό πατενταρισμένο προϊόν κολλαγόνου, υψηλής απορρόφησης BioCell Collagen II, ένα συνδυασμό που μπορεί να χαρίσει νεανική όψη,

λείανση λεπτών ρυτίδων και γραμμών καθώς και ζωντάνια και λάμψη στην επιδερμίδα.

Η **Pharma Center** προτείνει το συμπλήρωμα διατροφής **Radiance Hydrolysed Collagen 1000mg με Βιταμίνη C** που εφοδιάζει τον οργανισμό με βασικά αμινοξέα και μαζί με τις αντιοξειδωτικές ιδιότητες της Βιταμίνης C που περιέχει βοηθά στην διατήρηση της δύναμης και της ελαστικότητας των μαλλιών, στα νύχια και στη λείανση και αντιρυτιδική προστασία του δέρματος ώστε να παραμείνει νεανικό & λαμπερό.

Παράλληλα προτείνει και το **HyaluroVit - Υαλουρονικό Οξύ 150 mg** για νεανικό και λαμπερό δέρμα, που βοηθάει στην επανόρθωση της επιδερμίδας από τη φθορά της ηλικίας, γιατί μεταφέρει θρεπτικά συστατικά και ενισχύει την παραγωγή του κολλαγόνου του δέρματος.



Το **In & Out Anti-ageing Capsules** της **Power Health** αποτελεί ένα φυσικό, αντιγηραντικό συμπλήρωμα διατροφής που ενισχύει από μέσα τους μηχανισμούς ομορφιάς, προσφέροντας στον οργανισμό όλα τα απαραίτητα θρεπτικά συστατικά που έχει ανάγκη το δέρμα για να πολεμά το χρόνο. Η φυσική σύνθεσή του με υαλουρονικό οξύ, εκχυλίσματα από ρόδι και σταφύλι, Q10, βιταμίνες του συμπλέγματος B, βιταμίνες C και E, καθώς και άλλα φυσικά δραστικά συστατικά, λειτουργεί στην καρδιά

των κυττάρων και αναδομεί το δέρμα σε βάθος ενισχύοντας την ελαστικότητα και συμβάλλοντας στην ανάπλαση του κολλαγόνου. Οι λεπτές ρυτίδες μειώνονται, το δέρμα γίνεται ορατά πιο σφριγηλό και το πρόσωπο σφύζει από υγεία και ομορφιά.

Η **Forte Pharma** προτείνει το **Expert Hyaluronic Acid**, ένα εξειδικευμένο διατροφικό συμπλήρωμα που δρα με απόλυτη ασφάλεια "από μέσα", με τριπλή δράση: Βαθιά ενυδάτωση, γεμίσματος των ρυτίδων, και ομαλοποίησης του δέρματος. Περιέχει 150mg υαλουρονικού οξέος, 100 mg κολλαγόνου και βιταμίνη C, και αποδεικνύεται πολύτιμος σύμμαχος στην αντιγήρανση. ■



**Πόπη Χαραμή**

# ΦΥΣΙΚΑ

# NEO ΠΡΟΣΩΠΟ

**SOLGAR®**  
Since 1947  
Η ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

ΥΑΛΟΥΡΙΝΙΚΟ ΟΞΥ ΣΕ ΦΥΣΙΚΟ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ



Το μοναδικό  
που ανά ταμπλέτα  
παρέχει τον  
αποτελεσματικό συνδυασμό,

**120 mg** υαλουρονικού οξέος,  
**750 mg** υδρολυμένου κολλαγόνου τύπου II,  
**100 mg** βιταμίνης C και  
**240 mg** θειικής χονδροϊτίνης,

Μεγάλη γκάμα  
των προϊόντων της ISOPLUS  
θα βρείτε στα φαρμακεία  
με την ειδική σήμανση



**ΒΡΕΙΤΕ ΞΑΝΑ**

τη ΝΕΑΝΙΚΗ σας  
**ΛΑΜΨΗ**

Το προϊόν δεν αποτελεί υποκατάστατο μιας ισορροπημένης διατροφής • Αριθ. Πρωτ. Γνωστοποίησης ΕΟΦ: 46802/26.6.2009

**ISOPLUS**  
for a healthyme

ΑΘΗΝΑ: Τ. 210 95 79 707 • Φ. 210 95 72 169 • e-mail: info@iso-plus.gr • www.healthyme.gr • ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: Τ. 2310 028 668 • Φ. 2310 028 668 εσωτ. 2301



# Ίκανοποίηση

ασθενών-πελατών από τις υπηρεσίες  
φαρμακευτικής περίθαλψης και

# Προσδοκίες

αυτών από το φαρμακείο και τον φαρμακοποιό

- ◆ Ερευνητική εργασία της φαρμακοποιού **ΠΕΝΝΥ ΛΑΖΟΓΕΩΡΓΟΥ**, στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών Διοίκηση Μονάδων Υγείας στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Επιβλέπων καθηγητής **ΦΩΤΙΟΣ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ**.





Το φαρμακείο αποτελεί τόσο κατάστημα λιανικής πώλησης φαρμάκων και παραφαρμακευτικών προϊόντων, όσο και χώρο παροχής υπηρεσιών πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας με μεγάλη κοινωνική απήχηση, εξαιτίας της εγγύτητας, της προσπελασιμότητας και της δωρεάν παροχής υπηρεσιών. Ο επισκέπτης του φαρμακείου έχει διπλή ιδιότητα, είναι πελάτης και ασθενής, με τη δεύτερη να αποτελεί και την επικρατούσα ιδιότητα. Ο φαρμακοποιός λοιπόν πρέπει να ανταποκριθεί επιτυχώς στο ρόλο του, ως επιχειρηματίας και επιστήμονας υγείας ταυτόχρονα.

Τα τελευταία χρόνια το φαρμακείο αναγνωρίζεται διεθνώς και θεσμοθετείται ως «πύλη εισόδου» του συστήματος υγείας, ελέγχοντας τις ροές των ασθενών προς τους παραγωγούς-διανομείς των υπηρεσιών υγείας και μειώνοντας με τον τρόπο αυτό το σύνολο των δαπανών υγείας. Επιπλέον, το έλλειμμα των ασφαλιστικών ταμείων επιβάλλει, μέσα στα πλαίσια της εξοικονόμησης πόρων, τον περιορισμό της φαρμακευτικής δαπάνης και του περιθωρίου κέρδους από τα συνταγογραφούμενα φάρμακα, γεγονός που απειλεί τη βιωσιμότητα των φαρμακείων και οδηγεί στην αναζήτηση αποζημιώσιμων, ανταποδοτικών για τον ασθενή και το σύστημα υγείας φαρμακευτικών υπηρεσιών.

## ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ - ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ

Τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στην παρούσα εργασία ήταν:

- Πόσο ικανοποιημένοι είναι οι ασθενείς-πελάτες από το φαρμακείο και τον φαρμακοποιό;
- Ποιες είναι οι προσδοκίες των χρηστών από τις υπηρεσίες φαρμακευτικής περίθαλψης που προτείνεται να παρέχονται στο φαρμακείο;
- Πόσο πρόθυμοι είναι οι χρήστες να πληρώσουν για τα οφέλη των προτεινόμενων υπηρεσιών;

Αναλυτικότερα, οι **παράμετροι της ικανοποίησης** που επιλέχθηκαν να διερευνηθούν ήταν:

- ✓ η γενική ικανοποίηση από το φαρμακείο (εγκαταστάσεις, τοποθεσία, ωράριο λειτουργίας, εξυπηρέτηση)
- ✓ οι επικοινωνιακές δεξιότητες (συμπεριφορά) του φαρμακοποιού
- ✓ η παρεχόμενη φαρμακευτική φροντίδα (επεξηγήσεις - αξιολόγηση της φαρμακευτικής αγωγής)
- ✓ η εμπιστοσύνη προς το πρόσωπο του φαρμακοποιού και η προσλαμβανόμενη εξεμύθεια
- ✓ η διαθεσιμότητα ειδικών υπηρεσιών, όπως:
  - Μέτρηση πίεσης/ σακχάρου
  - Διενέργεια εμβολιασμών
  - Αντιμετώπιση συνήθων προβλημάτων υγείας και τραυματισμών
  - Κατ' οίκον παράδοση φαρμάκων

- Αγωγή υγείας (συμβουλές για βελτίωση φυσικής κατάστασης και ψυχικής υγείας, διανομή ενημερωτικών φυλλαδίων, ατομικές συνεδρίες με τον φαρμακοποιό)
- Τήρηση αρχείου ασθενή (φαρμακευτικής αγωγής και τυχόν αλλεργικών αντιδράσεων)
- ✓ Τέλος, η συμβολή του φαρμακοποιού στο κόστος της φαρμακευτικής περίθαλψης

Επιπλέον, διερευνήθηκε η πρόθεση χρήσης των παρακάτω προτεινόμενων υπηρεσιών:

- Κλινική παρακολούθηση χρόνιων παθήσεων
- Επαναλαμβανόμενη συνταγογράφηση σε ασθενείς με χρόνιες παθήσεις
- Εφαρμογή προγραμμάτων αγωγής και προαγωγής της υγείας και
- Υπηρεσίες φαρμακευτικής φροντίδας, δηλαδή:
  - ✓ Συνεργασία φαρμακοποιού-θεράποντα ιατρού
  - ✓ Ατομική συνεδρία ασθενή-φαρμακοποιού κατόπιν συνεννόησης
  - ✓ Τήρηση ιατρικών φακέλων ασθενών
  - ✓ Εκπαιδευτικές συνεδρίες με θέματα συμβουλευτικής υγείας

Πέρα από τη διερεύνηση του βαθμού αποδοχής και χρήσης των προτεινόμενων υπηρεσιών από τους ασθενείς-πελάτες του φαρμακείου, επιμέρους στόχος ήταν και η διερεύνηση της προθυμίας των καταναλωτών να καταβάλουν κάποιο χρηματικό αντίτιμο για τις υπηρεσίες αυτές.

**Η 1<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση ήταν:** Η ικανοποίηση των ασθενών-πελατών από το φαρμακείο ως κατάστημα, δηλ. η γενική ικανοποίηση (εγκαταστάσεις, τοποθεσία, ωράριο λειτουργίας, εξυπηρέτηση) σχετίζεται θετικά με τις παραμέτρους της ικανοποίησης που αφορούν τον φαρμακοποιό (επικοινωνιακές δεξιότητες, επεξηγήσεις - αξιολόγηση φαρμακευτικής αγωγής, εμπιστοσύνη - εξεμύθεια, διαθεσιμότητα ειδικών υπηρεσιών και κόστος).

**Η 2<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση ήταν:** Οι ασθενείς-πελάτες είναι πιο πρόθυμοι να χρησιμοποιήσουν όσες υπηρεσίες παρέχονται δωρεάν στο χώρο του φαρμακείου.

**Η 3<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση ήταν:** Η πρόθεση χρήσης των προτεινόμενων φαρμακευτικών υπηρεσιών περιορίζεται όταν αυτές παρέχονται έναντι χρηματικής αμοιβής.

## ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η συλλογή των ερευνητικών δεδομένων έγινε με τη χορήγηση αυτοσχέδιου δομημένου ερωτηματολογίου. Τελικά συμμετείχαν 44 φαρμακεία, η διανομή και συλλογή των ερωτηματολογίων διήρκεσε περίπου 40 ημέρες (25/4/2012 έως 31/5/2012) και συλλέχθηκαν για τη στατι-

στική επεξεργασία 448 έγκυρα ερωτηματολόγια. Η ανάπτυξη του ερωτηματολογίου έγινε μετά από ενδελεχή επισκόπηση της βιβλιογραφίας και ο συντελεστής Cronbach's alpha βρέθηκε άνω του αποδεκτού ορίου (0,7), άρα υπάρχει αποδεκτή αξιοπιστία του ερωτηματολογίου.

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Ποσοστό 64,1% των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν γυναίκες. Οι συμμετέχοντες ανήκαν σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, απασχολούνταν σε όλους τους επαγγελματικούς κλάδους, παρουσίαζαν ευρεία διαβάθμιση στο επίπεδο της εκπαίδευσής τους και προέρχονταν από πολλά και διαφορετικά οικονομικά στρώματα. Τέλος, το 43,9% των συμμετεχόντων επισκέπτονταν το φαρμακείο 1-2 φορές το μήνα.

### A. Η ικανοποίηση των ασθενών – πελατών είναι μεγάλη

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, υψηλότερο σκορ παρουσιάζει η κλίμακα ικανοποίησης που αφορά τις «**επικοινωνιακές δεξιότητες του φαρμακοποιού**», ακολουθούν «**η γενική ικανοποίηση**» και «**η παρεχόμενη φαρμακευτική φροντίδα**», ενώ λιγότερο ικανοποιημένοι δηλώνουν οι ασθενείς από την **εμπιστοσύνη** προς το πρόσωπο του φαρμακοποιού και την προσλαμβανόμενη **εχεμύθεια**.



### Ποσοστά διαθεσιμότητας φαρμακευτικών υπηρεσιών

	Συμφωνών/ Συμφωνώ Απόλυτα (%)
Στο φαρμακείο μου μετρούν την πίεση ή/ και το σάκχαρο όταν το ζητήσω.	86,2
Στο φαρμακείο μου κάνουν τα εμβόλια που χρειάζομαι.	72,1
Στο φαρμακείο έχουν αντιμετωπιστεί μικρά προβλήματα υγείας και τραυματισμοί που μου έχουν συμβεί στο παρελθόν.	80,4
Το φαρμακείο μου φέρνει τα φάρμακα στο σπίτι.	39,3
Ο φαρμακοποιός μου προτείνει τρόπους για να βελτιώσω τη φυσική μου κατάσταση (συμβουλές υγιεινής διατροφής, προτροπή διακοπής του καπνίσματος κλπ).	64,5
Ο φαρμακοποιός μου προτείνει τρόπους για να βελτιώσω την ψυχική μου υγεία (συστάσεις για βελτίωση ποιότητας ύπνου, οδηγίες για την καταπολέμηση διαταραχών πρόσληψης τροφής, ενδυνάμωση και αισιοδοξία για την αντιμετώπιση των προβλημάτων υγείας κλπ).	59,4
Το φαρμακείο διατηρεί αρχείο με τα φάρμακα που λαμβάνω και τις αλλεργίες που έχω εκδηλώσει σε φάρμακα.	31,5
Στο φαρμακείο διανέμονται ενημερωτικά φυλλάδια που αφορούν συνήθη προβλήματα υγείας, όπως σακχαρώδης διαβήτης, αρτηριακή πίεση κλπ.	66,1
Το φαρμακείο έχει ένα χώρο όπου μπορώ να μιλήσω με τον φαρμακοποιό ιδιαιτέρως.	52,3

Σχετικά λοιπόν με τη διαθεσιμότητα των **φαρμακευτικών υπηρεσιών** μεγαλύτερα ποσοστά εμφανίζουν οι υπηρεσίες:

1. Μέτρηση πίεσης/ σακχάρου
2. Διενέργεια εμβολιασμών και
3. Αντιμετώπιση συνήθων προβλημάτων υγείας και τραυματισμών

Συγκριτικά μικρότερα ποσοστά αφορούν:

1. την κατ' οίκον παράδοση φαρμάκων,
2. την τήρηση αρχείου ασθενή και
3. την ιδιωτικότητα-εμπιστευτικότητα του χώρου του φαρμακείου

### Β. Συσχέτιση των διαφόρων παραμέτρων ικανοποίησης με δημογραφικά στοιχεία του δείγματος

Η ηλικία, το μηνιαίο εισόδημα, το εκπαιδευτικό επίπεδο και η συχνότητα επισκέψεων στο φαρμακείο το τελευταίο δίμηνο, βρέθηκαν να σχετίζονται ανεξάρτητα και να προβλέπουν την ικανοποίηση των συμμετεχόντων.



#### Αναλυτικότερα:

- ✓ Σχετικά με τη «Γενική ικανοποίηση» ανάλογα με την ηλικία, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία ασθενείς-πελάτες δηλώνουν περισσότερο ικανοποιημένοι γενικά από το φαρμακείο.
- ✓ Σχετικά με τις **επικοινωνιακές δεξιότητες του φαρμακοποιού** ανάλογα με την ηλικία, όσο νεότεροι είναι οι ασθενείς τόσο λιγότερο ικανοποιημένοι δηλώνουν από τις επικοινωνιακές δεξιότητες του φαρμακοποιού.
- ✓ Σχετικά με την **ικανοποίηση από τις επεξηγήσεις και την αξιολόγηση της φαρμακευτικής αγωγής** ανάλογα με το μηνιαίο εισόδημα, όταν αυξάνεται το μηνιαίο εισόδημα περιορίζεται η ικανοποίηση από τις επεξηγήσεις και την αξιολόγηση της φαρμακευτικής αγωγής.
- ✓ Σχετικά με την **ικανοποίηση από την εμπιστοσύνη και την εξεμύθεια του φαρμακοποιού** ανάλογα με την ηλικία, όσο αυξάνεται η ηλικία των ασθενών τόσο περισσότερο ικανοποιημένοι δηλώνουν από την εμπιστοσύνη και την εξεμύθεια του φαρμακοποιού.
- ✓ Σχετικά με την **ικανοποίηση από τη συμβολή του φαρμακοποιού στο κόστος των δαπανών υγείας** ανάλογα με την ηλικία, όσο μεγαλύτεροι σε ηλικία είναι οι ασθενείς, τόσο περισσότερο ικανοποιημένοι δηλώνουν από τη συμβολή του φαρμακοποιού στο κόστος των δαπανών υγείας.

### Γ. Θετική συσχέτιση μεταξύ όλων των τομέων ικανοποίησης

Υπήρξε σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ όλων των τομέων ικανοποίησης των συμμετεχόντων, άρα όσο περισσότερο ικανοποιημένοι είναι οι συμμετέχοντες από μία παράμετρο ικανοποίησης, τόσο περισσότερο ικανοποιημένοι είναι και από όλες τις υπόλοιπες παραμέτρους.

### Δ. Πρόθεση χρήσης και προθυμία πληρωμής προτεινόμενων υπηρεσιών

Ιεράρχηση προτίμησης προτεινόμενων υπηρεσιών (δωρεάν παροχή) με βάση τις σχετικές (%) συχνότητες χρήσης

	Πολύ/ Πάρα πολύ πιθανό (%)
Συνεργασία του φαρμακοποιού με τον θεράποντα ιατρό.	70,6%
Τήρηση ιατρικών φακέλων ασθενών.	65,4%
Διενέργεια προγραμμάτων αγωγής και προαγωγής της υγείας.	64,7%
Επαναλαμβανόμενη συνταγογράφηση σε ασθενείς με χρόνιες παθήσεις.	64,1%
Σε ιδιαίτερο χώρο του φαρμακείου ο ασθενής να μπορεί να πάρει συμβουλές από τον φαρμακοποιό και να συζητήσει το πρόβλημα υγείας που τον απασχολεί κατόπιν συνεννόησης (δηλ. με ραντεβού).	57,6%
Κλινική παρακολούθηση χρόνιων παθήσεων.	54,7%
Εκπαιδευτικές συνεδρίες με θέματα συμβουλευτικής υγείας.	49,1%

Όπως βλέπουμε στον παραπάνω πίνακα, όταν οι υπηρεσίες παρέχονται δωρεάν, η σειρά προτίμησης των ασθενών-πελατών με βάση τις σχετικές (%) συχνότητες χρήσης είναι:

1. Συνεργασία του φαρμακοποιού με τον θεράποντα ιατρό.
2. Τήρηση ιατρικών φακέλων ασθενών.
3. Διενέργεια προγραμμάτων αγωγής και προαγωγής της υγείας.
4. Επαναλαμβανόμενη συνταγογράφηση σε ασθενείς με χρόνιες παθήσεις.
5. Ατομική συνεδρία ασθενή-φαρμακοποιού κατόπιν συνεννόησης (δηλ. με ραντεβού).

6. Κλινική παρακολούθηση χρόνιων παθήσεων.
7. Εκπαιδευτικές συνεδρίες με θέματα συμβουλευτικής υγείας.

#### Σχετικές (%) συχνότητες χρήσης των προτεινόμενων υπηρεσιών δωρεάν και έναντι χρηματικής αμοιβής

	Δωρεάν χρήση (%)	Επί πληρωμή (%)	P Wilcoxon
Κλινική παρακολούθηση χρόνιων παθήσεων.	54,7	35,9	<0,001
Διενέργεια προγραμμάτων αγωγής και προαγωγής της υγείας.	64,7	40,7	<0,001
Επαναλαμβανόμενη συνταγογράφηση σε ασθενείς με χρόνιες παθήσεις.	64,1	<b>46,0</b>	<0,001
Συνεργασία του φαρμακοποιού με τον θεράποντα ιατρό.	70,6	45,5	<0,001
Σε ιδιαίτερο χώρο του φαρμακείου ο ασθενής να μπορεί να πάρει συμβουλές από τον φαρμακοποιό και να συζητήσει το πρόβλημα υγείας που τον απασχολεί κατόπιν συνεννόησης (δηλ. με ραβτεβού).	57,6	33,9	<0,001
Τήρηση ιατρικών φακέλων ασθενών.	65,4	40,7	<0,001
Εκπαιδευτικές συνεδρίες με θέματα συμβουλευτικής υγείας.	49,1	30,4	<0,001

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα (και βάσει στατιστικών αναλύσεων με τη χρήση του κριτηρίου Wilcoxon signed test), οι πιθανότητες χρήσης των προτεινόμενων υπηρεσιών είναι σημαντικά μικρότερες όταν καταβάλλεται χρηματική αμοιβή, ωστόσο αρκετοί συμμετέχοντες επεσήμαναν στα σχόλιά τους ότι όλες οι υπηρεσίες των φαρμακείων θα πρέπει να αποζημιώνονται από τα ασφαλιστικά ταμεία.

## ΣΥΖΗΤΗΣΗ

### A. Η ικανοποίηση των ασθενών – πελατών είναι μεγάλη

**Η ικανοποίηση των ασθενών – πελατών είναι μεγάλη**, τόσο από το φαρμακείο ως κατάστημα, όσο και από τον φαρμακοποιό ως επιστήμονα και επαγγελματία.

Οι συμμετέχοντες δηλώνουν περισσότερο ικανοποιημένοι από:

- Την εξυπηρέτηση και την ευγένεια του φαρμακοποιού (96,6%)
- Τη συμπεριφορά του φαρμακοποιού ως επιστήμονα υγείας (96,6%) και
- Την ενσυναίσθηση του φαρμακοποιού («Ο φαρμακοποιός δείχνει κατανόηση στους φόβους και τις ανησυχίες για την υγεία μου») (77,7%)

### Αντίθετα, οι συμμετέχοντες δηλώνουν λιγότερο ικανοποιημένοι από:

- Το **ωράριο** του φαρμακείου (65,7%)
- Την **παρεχόμενη φαρμακευτική φροντίδα** (κυρίως την αξιολόγηση της φαρμακευτικής αγωγής)

Συγκεκριμένα:

- ✓ υπόδειξη τρόπων λήψης της φαρμακευτικής αγωγής τη σωστή ώρα (70,5%),
- ✓ διερεύνηση της βελτίωσης της υγείας του ασθενή κάθε φορά που εκτελείται μία επαναλαμβανόμενη συνταγή (62,9%) και
- ✓ διερεύνηση της αποτελεσματικότητας της φαρμακευτικής αγωγής (56,2%)
- Τη **συνεργασία του φαρμακοποιού με τον θεράποντα γιατρό** και άλλους επαγγελματίες υγείας (39,1%). Είναι ενδιαφέρον ότι το 70,6% των συμμετεχόντων δηλώνει ότι θα ήταν πολύ πιθανό να χρησιμοποιήσει μία υπηρεσία, όπου ο φαρμακοποιός συνεργάζεται με τον θεράποντα ιατρό.
- Την **ιδιωτικότητα** που παρέχεται στο χώρο του φαρμακείου κατά την εξυπηρέτηση των πελατών και κατ'επέκταση την περιορισμένη δυνατότητα εμπιστευτικότητας των διαλόγων ασθενή-φαρμακοποιού (41,1%) («Όταν είμαι στο φαρμακείο, κανείς άλλος πελάτης δεν βλέπει τα φάρμακα που παίρνω και δεν ακούει ό,τι συζητάω με τον φαρμακοποιό.»). Είναι ενδιαφέρον ότι το 57,6% των συμμετεχόντων δηλώνει ότι θα επιθυμούσε ατομική συνεδρία με τον φαρμακοποιό κατόπιν συνεννόησης.
- Την εμπιστοσύνη προς την επιστημονική κατάρτιση του φαρμακοποιού για τη χορήγηση **γενόσημου** φαρμάκου αντί του πρωτοτύπου (58,2%). Ειδικότερα, η εμπιστοσύνη που δείχνουν οι ασθενείς-πελάτες στον φαρμακοποιό, όταν τους προτείνει ένα γενόσημο (αντίγραφο) φάρμακο αντί του πρωτοτύπου:
  - Είναι ανεξάρτητη από το *φύλο* και το *εισόδημα*
  - Αυξάνεται όσο μεγαλώνει η ηλικία των ασθενών-πελατών

- Είναι σημαντικά μεγαλύτερη σε ασθενείς-πελάτες χαμηλότερου εκπαιδευτικού επιπέδου
- Αυξάνει με τη συχνότητα των επισκέψεων των ασθενών-πελατών στο φαρμακείο

### **B. Πρόθεση χρήσης και προθυμία πληρωμής φαρμακευτικών υπηρεσιών**

Οι υπηρεσίες μεγαλύτερης αποδοχής τόσο στη δωρεάν χρήση, όσο και έναντι χρηματικής αμοιβής είναι:

- Συνεργασία φαρμακοποιού με θεράποντα ιατρό
- Τήρηση ιατρικών φακέλων ασθενών
- Διενέργεια προγραμμάτων αγωγής και προαγωγής της υγείας
- Επαναλαμβανόμενη συνταγογράφηση σε ασθενείς με χρόνιες παθήσεις

### **Έναντι χρηματικής αμοιβής οι πιθανότητες χρήσης για όλες τις προτεινόμενες υπηρεσίες είναι σημαντικά μικρότερες.**

Η επαναλαμβανόμενη συνταγογράφηση σε ασθενείς με χρόνιες παθήσεις είναι η υπηρεσία που έχει τη μεγαλύτερη πιθανότητα να χρησιμοποιηθεί έναντι χρηματικής αμοιβής (46,0%).

Η **προθυμία πληρωμής** δεν διαφέρει ανάλογα με:

- το φύλο
- την ηλικία
- τη συχνότητα επίσκεψης στο φαρμακείο και
- το μηνιαίο εισόδημα

Εξαιρέση αποτελεί η υπηρεσία **«Διενέργεια προγραμμάτων αγωγής και προαγωγής της υγείας»** για την οποία η προθυμία πληρωμής αυξάνει με το εισόδημα.

- Τέλος, οι συμμετέχοντες χαμηλότερου εκπαιδευτικού επιπέδου θεωρούσαν σημαντικά πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν έναντι χρηματικής αμοιβής τις περισσότερες από τις προτεινόμενες υπηρεσίες:
  - ✓ Διενέργεια προγραμμάτων αγωγής και προαγωγής της υγείας
  - ✓ Συνεργασία του φαρμακοποιού με τον θεράποντα ιατρό
  - ✓ Ατομική συνεδρία ασθενή-φαρμακοποιού κατόπιν συνεννόησης και
  - ✓ Τήρηση ιατρικών φακέλων ασθενών

### **Περιορισμοί**

Περιορισμό της μελέτης αποτέλεσε το γεγονός ότι το δείγμα μας προέρχεται αποκλειστικά από αστικά κέντρα.

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Τα σημαντικά συμπεράσματα της ερευνητικής μας εργασίας είναι:

- Η **επαναλαμβανόμενη συνταγογράφηση** σε ασθενείς με χρόνιες παθήσεις είναι η υπηρεσία που έχει τη μεγαλύτερη πιθανότητα να χρησιμοποιηθεί έναντι χρη-

ματικής αμοιβής (46,0%). Μία τέτοια υπηρεσία παρεχόμενη στο χώρο του φαρμακείου θα αποσυμφορήσει το σύστημα υγείας, θα περιορίσει την ταλαιπωρία των ασθενών και θα διευκολύνει τον έλεγχο και τον περιορισμό της φαρμακευτικής δαπάνης.

- Επίσης, οι συμμετέχοντες με εισόδημα άνω των 1.500 ευρώ είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία **«Διενέργεια προγραμμάτων αγωγής και προαγωγής της υγείας»** έναντι χρηματικής αμοιβής. Επιπλέον, βρέθηκε ότι οι συμμετέχοντες που ήταν πολύ 35 ετών, θεωρούσαν πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν αυτή την υπηρεσία, εύρημα σημαντικό, καθώς αποτελούν ομάδα-στόχο αυτών των προγραμμάτων.

Τα ευρήματα αυτά είναι σημαντικά και επιβεβαιώνουν τις βιβλιογραφικές αναφορές που αναδεικνύουν το ρόλο του φαρμακείου στην αγωγή και προαγωγή της υγείας του πληθυσμού με εκστρατείες διακοπής του καπνίσματος, περιορισμού της παχυσαρκίας, αύξησης της εμβολιαστικής κάλυψης, περιορισμού της μετάδοσης των σεξουαλικά μεταδιδόμενων νοσημάτων, ελέγχου των ανεπιθύμητων κυήσεων κλπ.

- Τέλος, όσον αφορά τα **γενόσημα φάρμακα**, οι ασθενείς-πελάτες του φαρμακείου δεν είναι ακόμη «έτοιμοι» να δεχτούν την πρόταση του φαρμακοποιού, γεγονός που επιβεβαιώνει το κύρος της συνταγογράφησης από μέρος του γιατρού. ■



# Τα Γενόσημα φάρμακα και η ευκαιρία για την Ελλάδα

◆ Από τη **ΜΑΡΙΑΝΘΗ-ΤΑΞΙΑΡΧΟΥΛΑ ΧΑΤΖΕΛΛΗ**,  
Υποψήφια Διδάκτωρ της σχολής Νομικών, Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών Πανεπιστημίου Αθηνών



Στη χώρα μας αλλάζει ριζικά ο χάρτης της συνταγογράφησης φαρμάκων. Ήδη από 1η Απριλίου 2012 το βάρος πέφτει στα γενόσημα ή αντίγραφα φάρμακα. Οι πολίτες θα μπορούν μεν να επιλέγουν φάρμακο, πρωτότυπο ή γενόσημο, αλλά η επιλογή του γενόσημου θα τους εξασφαλίζει μειωμένη συμμετοχή. Όπως δείχνει η διεθνής εμπειρία, η εξοικονόμηση πόρων θα μπορούσε να αυξηθεί σημαντικά, μέσω της βελτίωσης των πρακτικών συνταγογράφησης και διανομής και με την προϋπόθεση ότι διατίθενται σε ανταγωνιστικές τιμές.

**Η** αύξηση του κόστους για την Υγεία είναι ένα τεράστιο θέμα παγκοσμίως, αφού σε πολλές χώρες αναμένεται να διπλασιασθεί ως ποσοστό του ΑΕΠ μέσα στα επόμενα χρόνια. Ένα μεγάλο τμήμα του κόστους αυτού οφείλεται στη φαρμακευτική δαπάνη, η οποία συνεχώς διογκώνεται. Πρόσφατα, τα γενόσημα φάρμακα γνώρισαν τεράστια ανάπτυξη. Το γεγονός αυτό φαίνεται ότι καθοδηγήθηκε από τη δραματική αύξηση του κόστους των φαρμάκων καθώς και από τους φορολογικούς περιορισμούς σε πολλές χώρες, οι οποίες ενθάρρυναν τη διείσδυση της βιομηχανίας των γενόσημων.

Σημειώνεται ότι σήμερα τα γενόσημα στην Ελλάδα καταλαμβάνουν μόνο το 18% της αγοράς και θα πρέπει να ανέλθουν, σύμφωνα με τους στόχους του Μνημονίου στο 50% που είναι ο Ευρωπαϊκός μέσος όρος.

### Τι είναι τα γενόσημα φάρμακα;

Τα γενόσημα φάρμακα (διεθνώς: «generics» ή «generic drugs») είναι αντίγραφα εγκεκριμένων φαρμάκων που ήδη κυκλοφορούν στην αγορά και έχουν συγκρίσιμα έως ίδια χαρακτηριστικά δοσολογίας, αποτελεσματικότητας, ποιότητας και τρόπου χορήγησης με τα πρωτότυπα φάρμακα. Δηλαδή, τα γενόσημα φάρμακα περιέχουν το ίδιο δραστικό συστατικό με το πρωτότυπο φαρμακευτικό προϊόν (προϊόν αναφοράς). Πρέπει να έχουν την ίδια δοσολογική μορφή για την αντιμετώπιση της ίδιας νόσου με το φάρμακο αναφοράς. Τα γενόσημα πρέπει να επιδεικνύουν βιοϊσοδυναμία ώστε να δρουν στον ανθρώπινο οργανισμό με τον ίδιο τρόπο όπως το προϊόν αναφοράς. Βιοϊσοδυναμία σημαίνει ότι τα γενόσημα μπορούν να χρησιμοποιηθούν στη θέση του πρωτότυπου φαρμάκου. Τα γενόσημα κυκλοφορούν μόλις λήξει το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ενός

πρωτότυπου φαρμάκου. Παράλληλα η τιμή τους είναι χαμηλότερη από 20-80% εν συγκρίσει με τα πρωτότυπα και αυτό για έναν πολύ απλό λόγο: η τελική τιμή των πρωτότυπων φαρμάκων επιβαρύνεται από την επιστημονική έρευνα, τις κλινικές μελέτες καθώς και από το κόστος προώθησης τους.

### Υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στα γενόσημα και τις πρωτότυπες επωνυμίες;

Τα γενόσημα περιέχουν τα ίδια δραστικά συστατικά στην ίδια συγκέντρωση και τις ίδιες δοσολογικές μορφές με τα πρωτότυπα προϊόντα και δρουν με τον ίδιο τρόπο στον ανθρώπινο οργανισμό. Πρέπει να συμμορφώνονται με τα ίδια πρότυπα ποιότητας ως προς την ανάπτυξη, την παραγωγή και τον έλεγχο ποιότητας και τις προϋποθέσεις προμήθειας. Μπορεί να διαθέτουν διαφορετικά μη δραστικά συστατικά, όπως χρωστικές, άμυλα ή σάκχαρα και μπορεί να διαφέρουν στο σχήμα ή το μέγεθος. Αυτά τα διαφορετικά μη δραστικά συστατικά, τα οποία είναι επίσης γνωστά ως έκδοχα, μπορεί να έχουν κλινική δράση που οδηγεί σε ανεπιθύμητες ενέργειες ή σε μη επαρκή θεραπευτική δράση του σκευάσματος.

### Είναι ασφαλή; Τι διαδικασίες χρειάζονται για να κυκλοφορήσει ένα γενόσημο φάρμακο στην αγορά;

Σε ότι αφορά την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητά τους, τα γενόσημα αδειοδοτούνται μετά τη λήξη της περιόδου «αποκλειστικότητας» του πρωτότυπου φαρμάκου, η οποία διαρκεί συνήθως 10 χρόνια. Προκειμένου να πάρουν άδεια για κυκλοφορία, υπόκεινται στους προβλεπόμενους ελέγχους από τις διεθνείς και τοπικές αρχές, ώστε να εξασφαλίζεται η βιοϊσοδυναμία τους με τα

φάρμακα με εταιρική ταυτότητα που ήδη έχουν εγκριθεί από τις αρχές αυτές, δηλαδή απαιτείται να έχουν χαρακτηριστικά φαρμακοκινητικής, φαρμακοδυναμικής αλλά και ασφάλειας εντός ενός προσυμφωνηθέντος ορίου σε σύγκριση με το πρωτότυπο. Συνεπώς όλα τα γενόσημα που κυκλοφορούν ή πρόκειται να κυκλοφορήσουν στην ελληνική αγορά έχουν πάρει έγκριση από τον Ευρωπαϊκό και τον Εθνικό (ελληνικό) Οργανισμό φαρμάκων (EMA και ΕΟΦ αντίστοιχα).

### Ποια τα πλεονεκτήματα-οφέλη των γενόσημων φαρμάκων;

Τα γενόσημα υπόκεινται στα ίδια αυστηρά πρότυπα ποιότητας με τα πρωτότυπα φάρμακα, επομένως έχουν την ίδια αναμενόμενη ασφάλεια και αποτελεσματικότητα με το προϊόν αναφοράς, αλλά σε χαμηλότερες τιμές. Περιέχουν το ίδιο δραστικό συστατικό, στην ίδια δόση με τα προϊόντα αναφοράς, παράγονται σύμφωνα με τα ίδια αυστηρά πρότυπα ποιότητας και διαθέτουν τα ίδια πρότυπα αναμενόμενης αποτελεσματικότητας και ασφάλειας. Όπως τα προϊόντα αναφοράς, έτσι και τα γενόσημα παρασκευάζονται σε εργοστάσια που πληρούν τα πρότυπα της GMP (Ορθή Παρασκευαστική Πρακτική) και επιθεωρούνται περιοδικά από ρυθμιστικές αρχές. Επιπροσθέτως, όταν διατεθεί ένα γενόσημο στην αγορά, ο παραγωγός πρέπει να παρακολουθεί το προϊόν για τυχόν ανεπιθύμητες ενέργειες.

Η διαθεσιμότητα γενόσημων σημαίνει ότι μπορούν να λάβουν θεραπεία άτομα τα οποία μπορεί να αδυνατούν να αγοράσουν το πρωτότυπο φάρμακο. Τα γενόσημα μπορούν ακόμη να εξοικονομήσουν σημαντικά κεφάλαια για τα εθνικά συστήματα υγείας και να απελευθερώσουν πόρους για πιο δαπανηρές θεραπείες και υπηρεσίες. Σύμφωνα με τον καθηγητή Οικονομικών της Υγείας της Εθνικής Σχολής Δημόσιας Υγείας (ΕΣΔΥ), κ. Νίκο Μανιαδάκη, η χρήση των γενόσημων είναι αναγκαία «διότι μόνο έτσι θα εξοικονομηθούν πόροι από τη φαρμακευτική δαπάνη οι οποίοι θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τα συστήματα υγείας για την έρευνα και την εφαρμογή καινοτόμων θεραπειών».

### Γιατί όμως τα γενόσημα είναι τόσο πιο φτηνά σε σχέση με τα πρωτότυπα;

**Πρώτον**, γιατί αυτονομία ο ανταγωνισμός αυξάνεται όταν τα φάρμακα δεν προστατεύονται πλέον από την πατέντα και η τιμή πέφτει.

**Δεύτερον**, γιατί ο κατασκευαστής του γενόσημου δεν έχει ξοδέψει τα τεράστια κόστη για την ανακάλυψη και κλινική δοκιμή του φαρμάκου, όπως ο «αυθεντικός» κατασκευαστής.

**Τρίτον** γιατί ο κατασκευαστής του γενόσημου δεν έχει ξοδέψει τα επίσης πολύ μεγάλα κόστη για μάρκετινγκ του προϊόντος, δηλαδή τα κόστη της διαδικασίας ενημέρω-

σης της ιατρικής κοινότητας για τα οφέλη που επιφέρει στη θεραπεία των ασθενών το καινούριο φάρμακο. Είπαμε πως τα γενόσημα στην πραγματικότητα κυκλοφορούν, με άλλο εταιρικό όνομα, ήδη μια δεκαετία τουλάχιστον στην αγορά, συνεπώς είναι γνωστά ως δραστικές ουσίες στους φαρμακοποιούς, στους γιατρούς και σε κάποιες περιπτώσεις και στους ασθενείς.

**Τέταρτον**, γιατί τα γενόσημα συνήθως κατασκευάζονται σε χώρες με φτηνά εργατικά χέρια (πρώτη χώρα σε παραγωγή γενόσημων στον κόσμο είναι η Ινδία) και γενικά το όλο κόστος κατασκευής (παραγωγή, πακετάρισμα, «labeling», διάθεση κ.λπ.) είναι χαμηλότερο σε σχέση με το πρωτότυπο.

### Ποιοί παράγουν τα γενόσημα φάρμακα;

Παγκοσμίως στην παραγωγή γενόσημων δραστηριοποιούνται όλες οι πολυεθνικές φαρμακευτικές εταιρίες που παράγουν πρωτότυπα καθώς και φαρμακευτικές εταιρίες με αποκλειστικό αντικείμενο τα αντίγραφα φάρμακα. Πρόκειται για μία αγορά ταχύτατα αναπτυσσόμενη – μόνο στην Ευρώπη ο τζίρος τους θα φτάσει τα 80 δισ ευρώ το 2015.







Syndesmos

ΠΑΡΑΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ & ΧΗΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

# GMP

η ποιότητα των  
υπηρεσιών μας,  
μας επιτρέπει  
να σας κοιτάμε  
στα μάτια

• No1 εταιρεία στην Ελλάδα • Μεγάλο δίκτυο διανομής / 50 φαρμακαποθήκες και συνεταιρισμοί • Υψηλού επιπέδου επιστημονικό προσωπικό • Φιλοσοφία Value for money • 15.000 κωδικό προϊόντων • 3.000 τμ εγκαταστάσεων / 40 άτομα προσωπικό

22 χρόνια  
εγγυόμαστε  
την ποιότητα

ΕΔΡΑ: Ψαρών 17  
Ίλιον 13122,  
τηλ: 210 26 93 600

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ: Νεραντζούλας 10  
Αχαρναί, τηλ: 210 24 49 310  
[www.syndesmossa.com](http://www.syndesmossa.com)



GOOD



MANUFACTURING



PRACTICE

Στη **ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Α.Ε.**, βασικό μας μέλημα είναι η εστίαση στην πιστοποιημένη ποιότητα, τη δημιουργικότητα, την ακεραιότητα και στη συνεχή επένδυση σε τεχνολογία και ανθρώπινο δυναμικό. Διασφαλίζουμε την ποιότητα όλων των πρώτων υλών, πραγματοποιώντας ελέγχους ταυτοποίησης και καθαρότητας, σε ένα εργαστήριο πλήρως εξοπλισμένο, σύγχρονης τεχνολογίας.

## Ποια τα στάδια του ελεγκτικού μηχανισμού του ΕΟΦ;

Ο Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων, όπως και οι αντίστοιχοι Οργανισμοί Φαρμάκων των λοιπών Κρατών-Μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αξιολογούν τις μελέτες βιοϊσοδυναμίας οι οποίες αποτελούν κλινικές μελέτες, υποκείμενες σε έγκριση από τον ΕΟΦ και διενεργούνται για λογαριασμό των φαρμακευτικών εταιρειών σε συνεργασία με Κρατικά Νοσοκομεία ή Ιδιωτικές Κλινικές στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό (Κράτη Μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή Τρίτες Χώρες π.χ. ΗΠΑ, Καναδάς). Ο μετεγκριτικός έλεγχος ποιότητας, αποτελεσματικότητας και ασφάλειας πραγματοποιείται από τον ΕΟΦ με τους εξής τρεις τρόπους:

α) **Με εργαστηριακούς ελέγχους δειγμάτων φαρμάκων** που προέρχονται:

- ✓ από τακτικές προγραμματισμένες δειγματοληψίες για εργαστηριακό έλεγχο, οι οποίες κατά κανόνα σχεδιάζονται ανά δραστική ουσία
- ✓ από καταγγελίες υγειονομικού προσωπικού, ασθενών, νοσοκομείων, κ.λ.π.
- ✓ μέσω του Δικτύου των Επισήμων Εργαστηρίων Ελέγχου Φαρμάκων (OMCL) σε Προγράμματα Επιτήρησης της Ευρωπαϊκής Αγοράς Φαρμάκων (Market Surveillance Studies, MSS), με τα οποία ελέγχεται η ποιότητα πλήθους γενοσήμων προϊόντων, σε Προγράμματα Ελέγχου Προϊόντων εγκεκριμένων με την κεντρική διαδικασία (Centrally Authorized Products, CAP), και σε προγράμματα μετεγκριτικής επιτήρησης της φαρμακευτικής αγοράς των αμοιβαία (MRP) και αποκεντρωμένα (DCP) εγκεκριμένων γενοσήμων φαρμακευτικών προϊόντων που κυκλοφορούν στην Ελλάδα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι την τελευταία πενταετία ελέγχθηκαν εργαστηριακά από τον ΕΟΦ περίπου 1.000 συνολικά δείγματα, εκ των οποίων τα 900 ήταν αντίγραφα και το ποσοστό μη κανονικών (ελαττωματικών) ανέρχεται συνολικά σε 4%. Οι παρτίδες των ελαττωματικών προϊόντων αποσύρονται αμέσως από την κυκλοφορία και ανάλογα με τη σοβαρότητα του ευρήματος διενεργείται επιπλέον επιθεώρηση από τον ΕΟΦ στο εργοστάσιο παραγωγής.

β) **Με τακτικές και αιφνίδιες επιθεωρήσεις** σε εργοστάσια παραγωγής και χώρους διακίνησης (φαρμακαποθήκες, φαρμακεία, νοσοκομεία).

γ) **Με το σύστημα Φαρμακοεπαγρύπνησης**, σύμφωνα με το οποίο κάθε κάτοχος άδειας κυκλοφορίας υποχρεούται να παρακολουθεί την ασφάλεια και αποτελεσματικότητα των προϊόντων του και να αναφέρει σχετικά στον

ΕΟΦ. Επιπλέον οι επαγγελματίες υγείας πρέπει να αναφέρουν στον ΕΟΦ μέσω της κίτρινης κάρτας τις ανεπιθύμητες ενέργειες για τις οποίες εκτιμούν ότι υπάρχει συσχέτιση με τη λήψη του φαρμάκου. Στη νέα νομοθεσία που θα εφαρμοστεί στο 2ο εξάμηνο του 2012, η αναφορά ανεπιθύμητων ενεργειών αφορά και στους καταναλωτές.

Ο ΕΟΦ εντός του 2011-12, έχει λάβει συνολικά 81 αναφορές, εκ των οποίων οι 9 προήλθαν από επαγγελματίες υγείας (χρήση κίτρινης κάρτας) και οι 72 από φαρμακευτικές εταιρείες. Από το σύνολο των αναφορών, 28 αφορούσαν πρωτότυπα φάρμακα και 53 γενόσημα. Οι αναφορές αυτές βρίσκονται στη διαδικασία του ελέγχου από πλευράς ΕΟΦ προκειμένου να ληφθούν τα αναγκαία μέτρα εφόσον χρειαστεί.

## Τα γενόσημα φάρμακα στην Ελληνική Οικονομία

Η κύρια πρόταση είναι απλή και δυναμική.

Για την Ελλάδα υπό τις παρούσες συνθήκες, υπάρχει ένα μοναδικό παράθυρο ευκαιρίας για την ανάπτυξη της ελληνικής φαρμακοβιομηχανίας γενοσήμων, από το συνδυασμό της χαμηλής κατανάλωσης γενοσήμων έως τώρα και παράλληλα από την ανάγκη της χώρας για μείωση της φαρμακευτικής δαπάνης. Το 90% της ελληνικής αγοράς, παραδοσιακά κυριαρχείται από ελληνικές φαρμακοβιομηχανίες, γεγονός το οποίο δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες υπό τις κατάλληλες συνθήκες, αν αυξηθεί βέβαια η παραγωγικότητα και η πρόσβαση στην αναπτυξιακή χρηματοδότηση.

Το παράθυρο των ευκαιριών για την ανάπτυξη της εθνικής στρατηγικής είναι όμως στενό: μέσα στα επόμενα χρόνια αναμένεται αναδιανομή της αγοράς μεταξύ ελληνικών και ξένων εταιρειών γενοσήμων. Αυτό σημαίνει ότι είναι απαραίτητη η εφαρμογή εθνικής στρατηγικής και προσπάθειας στον τομέα των γενοσήμων.

Η Ελλάδα παραδοσιακά είχε το υψηλότερο κατά κεφαλήν ποσοστό φαρμακευτικής δαπάνης ως προς το αντίστοιχο ΑΕΠ στην Ευρώπη. Η δαπάνη αυτή επιβάρυνε το Δημόσιο Τομέα κατά διπλάσιο ποσοστό απ' ό τι στην υπόλοιπη Ευρώπη. Μέχρι πρόσφατα, στην Ελλάδα καταναλώνονταν περισσότερα αντιβιοτικά, αντιδιαβητικά και αντιπηκτικά φάρμακα από άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Το φαινόμενο αυτό παρατηρήθηκε σε πολλές κατηγορίες φαρμάκων, μεγιστοποιώντας το βαθμό κατανάλωσης και δαπάνης. Παράλληλα, ο βαθμός διεϊσδυσης των γενοσήμων στην ελληνική αγορά, στις σχετικές κατηγορίες φαρμάκων, ήταν μέχρι πρόσφατα πολύ χαμηλός. Συγκριτικά αναφέρουμε ότι στις Η.Π.Α ο βαθμός διεϊσδυσης κυμαίνεται κοντά στο 90%, σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες (Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία) στη ζώνη 60-90%, με την Ελλάδα στην τελευταία θέση με 32%.

Η εγχώρια αγορά των φαρμακευτικών προϊόντων είχε

μεγάλη ανάπτυξη έως το 2009, οπότε και αποφασίσθηκε ο έλεγχος των εξόδων στο συγκεκριμένο χώρο. Έκτοτε, οι κυβερνητικές προσπάθειες για να μειωθεί το κόστος στην υγεία, οδήγησαν στην εξάπλωση των γενόσημων και αντιπροσωπεύουν πλέον μία αγορά της τάξης άνω των 1 δις ευρώ, και με ανώτερο ρυθμό ανάπτυξης σε σχέση με τα originator φάρμακα, αλλάζοντας τη μορφή της φαρμακευτικής αγοράς.

Για να επιτευχθούν οι εθνικοί δημοσιο-οικονομικοί στόχοι, η υγεία πρέπει να εστιάσει στην αυξανόμενη χρήση των ποιοτικών γενόσημων όπου είναι κλινικά αποδεκτό. Ακόμα και τα πιο δυσμενή σενάρια αναδεικνύουν μία δυνατότητα να διπλασιαστεί η αγορά μέχρι το 2015/16, δημιουργώντας μοναδικές ευκαιρίες για τις εταιρείες γενόσημων, ιδιαίτερα στην εγχώρια βιομηχανία. Οι ελληνικές βιομηχανίες καλύπτουν σήμερα το 90% των τοπικών αναγκών, όμως η αγορά είναι εξαιρετικά διασπασμένη. Έτσι, αναγνωρισμένες διεθνείς εταιρείες αναβαθμίζουν την παρουσία τους στην τοπική αγορά, προσφέροντας τη δυνατότητα για «branded generics», ενώ παράλληλα προκαλούν τις ελληνικές εταιρείες για ενδυνάμωση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας. Υπάρχει επίσης σημαντική δυνατότητα ανάπτυξης εξαγωγών για τις ποιοτικές εταιρείες στο Ελληνικό φάρμακο. Η εξαγωγή των γενόσημων εκτιμήθηκε σε 250 εκ. ευρώ ανά έτος για τη δεκαετία 2000-2010 και η φαρμακοβιομηχανία μπορεί να διαδραματίσει στο μέλλον πολύ σημαντικότερο ρόλο για τις ελληνικές εξαγωγές. Ήδη, αρκετές ελληνικές εταιρείες έχουν δραστηριοποιηθεί εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Κάποιες έχουν εισέλθει στην αγορά των Η.Π.Α., μέσω joint marketing με καθιερωμένες εταιρείες στην τοπική αγορά. Η κατάλληλη διαχείριση των ευκαιριών, με ενδυνάμωση των υπάρχοντων δικτύων και ενίσχυση της προώθησης των προϊόντων, θα μπορούσε να οδηγήσει στο διπλασιασμό των ελληνικών εξαγωγών κατά τα έτη 2015-2016, υπό τις κατάλληλες συνθήκες.



### Ποιοι και γιατί αντιδρούν για τα γενόσημα;

Αρχικά αντιδρά η Πανελλήνια Ένωση Φαρμακοβιομηχανίας (ΠΕΦ). Αυτό συμβαίνει γιατί θίγονται τα συμφέροντα των Ελλήνων κατασκευαστών γενόσημων, αν ανοίξει η αγορά τέτοιων φαρμάκων και οι προμήθειες γίνονται με βάση τα προϊόντα με τη χαμηλότερη τιμή, ανεξαρτήτως προέλευσης. Πρόκειται για καθαρή σύγκρουση συμφερόντων, καθώς οι ίδιοι στη συνέντευξη τύπου που παραχώρησαν δήλωσαν ξεκάθαρα πως ο κλάδος εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας (που στηρίζεται εν πολλοίς στην κατασκευή γενόσημων) θα απειληθεί με μαρasmus και ίσως σε αφανισμό. Από την πλευρά τους έχουν δίκιο σε κάποια σημεία (προφανώς απειλούνται θέσεις εργασίας και επίπεδα μισθών των εργαζομένων), από την άλλη όμως ίσως είναι και μια ευκαιρία να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί σε τιμές και να εξορθολογήσουν τις διαδικασίες παραγωγής και κυρίως εμπορικής διάθεσης των προϊόντων τους.

Έντονα, ωστόσο, αντιδρούν και Ιατρικοί Σύλλογοι, προεξάρχοντος του Ιατρικού Συλλόγου Αθηνών. Οι ιατρικοί σύλλογοι δεν αντιδρούν γενικώς στη χρήση γενόσημων, απορρίπτουν όμως τα άγνωστα και ανώνυμα γενόσημα. Μάλιστα, αυτοί μίλησαν για τεράστιους κινδύνους στην υγεία των πολιτών. Ο Ιατρικός Σύλλογος Αθηνών στηρίζει τα ασφαλή και επώνυμα γενόσημα, ιδιαίτερα της ελληνικής φαρμακοβιομηχανίας, αλλά καταδικάζει την επικείμενη αθρόα εισβολή άγνωστων φαρμάκων αμφιβόλου ποιότητας από την Ινδία και την Κίνα. Επίσης, ενστάσεις διατυπώνει σε ότι αφορά το θέμα της ευθύνης για την αγωγή του ασθενή. Η συνταγογράφηση της φαρμακευτικής αγωγής αποτελεί τον πυλώνα της θεραπείας και είναι ευθύνη, επιστημονικά και δεοντολογικά, μόνο του γιατρού.

### Ασφαλή τα γενόσημα φάρμακα, λέει ο ΕΟΦ

Σύμφωνα με τον ΕΟΦ, τα γενόσημα που κυκλοφορούν στην ελληνική αγορά είναι περίπου 3.000 σε επίπεδο συσκευασίας (στοιχεία 2011) σε σύνολο περίπου 7.300 φαρμάκων.

Πρόκειται για φάρμακα ελεγμένα, ασφαλή και αποτελεσματικά διαβεβαιώνουν οι υπεύθυνοι του ΕΟΦ στις αιτιάσεις γιατρών και εταιριών περί της επικινδυνότητας των αντιγράφων φαρμάκων. Επιπλέον υποστηρίζουν ότι πριν διατεθεί στην ευρωπαϊκή αγορά ένα τέτοιο φάρμακο, κλιμάκιο ειδικών από την Ευρώπη και από τον αντίστοιχο φορέα, (EMA) μεταβαίνει στο εργοστάσιο και αξιολογεί την ποιότητα παρασκευής. Οι έλεγχοι συνεχίζονται σε όλη τη διαδικασία αποθήκευσης και διάθεσης του σκευάσματος στην Ευρώπη.

Σύμφωνα με έρευνες, την τελευταία πενταετία ελέγχθηκαν στην Ελλάδα εργαστηριακά περίπου 1.000 δείγματα φαρμάκων, εκ των οποίων τα 900 ήταν αντίγραφα, και μόνον το 4% των γενόσημων κρίθηκε ελαττωματικό.



### Η γνώμη των φαρμακοποιών

Οι Φαρμακευτικοί Σύλλογοι της χώρας δεν είναι αντίθετοι στη χρήση των γενοσήμων, ωστόσο θεωρούν κομβικό σημείο της αυξημένης χρήσης τους τη μεγιστοποίηση των ελέγχων σε αυτά τα σκευάσματα.

Σύμφωνα με τις νέες ρυθμίσεις που προωθεί το υπουργείο Υγείας, οι φαρμακοποιοί έχουν καταλυτικό ρόλο στη συνταγογράφηση φαρμάκων, πρωτότυπων ή γενοσήμων, καθώς θα μπορούν να χορηγούν στον ασθενή-ασφαλισμένο το φθηνότερο σκεύασμα της αγοράς με βάση τη δραστική ουσία που ο γιατρός θα έχει συνταγογραφήσει. Πολλοί φαρμακοποιοί κάνουν αναφορά για την ευθύνη που καλείται πλέον να αναλάβει ο φαρμακοποιός αφού θα επιλέγει το φάρμακο το οποίο θα χορηγείται στον ασθενή.

Ανοίγεται μείζον ζήτημα στην προκειμένη περίπτωση. Σε περίπτωση παρενέργειας του φαρμάκου ποιος θα έχει την ευθύνη;

### Συμπέρασμα

Υπάρχει μια σειρά από πρωτοβουλίες που θα μπορούσαν να ακολουθήσουν οι ελληνικές εταιρείες γενοσήμων. Καταρχήν, πρέπει να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα, με τη στόχευση εξειδικευμένων αγορών, επανασχεδιασμό

του δυναμικού πωλήσεων και διεύρυνση προσανατολισμού στις εξωτερικές αγορές. Υπό τις κατάλληλες στρατηγικές κινήσεις, κάποιες τοπικές εταιρείες θα μπορούσαν να διπλασιασθούν σε μέγεθος, ενώ άλλες ίσως δεν καταφέρουν να επιβιώσουν σε μια νέα αγορά φαρμάκου. Η κυβέρνηση θα μπορούσε να επανεξετάσει τα οφέλη από την ενίσχυση της τοπικής βιομηχανίας και να δημιουργήσει μια εθνική στρατηγική ανάπτυξης των Ελληνικών γενοσήμων, με στόχους να βοηθήσει τη χώρα για την επίτευξη των οικονομικών στόχων, να υποστηρίξει τη βιομηχανική ανάπτυξη στην Ελλάδα και να αυξήσει τη φοροεισφορά, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και το εμπορικό ισοζύγιο.

Οι τιμές των γενοσήμων είναι ένας σημαντικός παράγοντας που θα πρέπει να διαχειρισθεί το κράτος με τον κατάλληλο τρόπο. Πολύ χαμηλές τιμές εφαρμοσμένες άμεσα χωρίς περιθώριο προσαρμογής, θα δημιουργούσαν ένα δυσμενές περιβάλλον για τις ελληνικές εταιρείες υπό τις παρούσες συνθήκες. Θα χρειαστεί ένα συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα με ρεαλιστικούς στόχους για τη σταδιακή μείωση του κόστους.

Άλλα πιθανά μέτρα περιλαμβάνουν την ενίσχυση της έρευνας και της ανάπτυξης, βελτίωση του ελέγχου της ποιότητας, και την εκπαίδευση ασθενών, ιατρών και φαρμακοποιών ως προς τα οφέλη της αντικατάστασης σκευασμάτων, όπου αυτό είναι κλινικά αποδεκτό. Παράλληλα, θα πρέπει να διευθετηθούν τα θέματα ρευστότητας των επιχειρήσεων, ενδεχομένως αντισταθμίζοντας τα χρέη των φαρμακοβιομηχανιών προς το δημόσιο με τα χρέη των νοσοκομείων προς τις φαρμακοβιομηχανίες. Συμπερασματικά, υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης της βιομηχανίας των ελληνικών γενοσήμων φαρμάκων. Η φαρμακευτική αντικατάσταση με generics υψηλών προδιαγραφών, θα μπορούσε να αποτελεί ένα υπόδειγμα για το συνδυασμό της ανάπτυξης και μείωσης του κόστους, με σημαντικά οφέλη για τους ασθενείς, τους φορολογούμενους και το σύστημα της υγείας γενικότερα. Η Ελλάδα, στην προσπάθεια αυτή, δε θα είναι μόνη. Θα ακολουθήσει την πορεία πολλών άλλων χωρών, που υποστήριξαν τόσο την τοπική βιομηχανία, όσο και τους στόχους στο χώρο της υγείας, με βασικό άξονα την ποιότητα και την αποδοτικότητα της δημόσιας δαπάνης. ■





## η Ακρίβεια των Master-Aid σε τιμή καθόλου ακριβή !

Η **Master-Aid** διακρίνεται πάντα για την υψηλή ποιότητα και την προσιτή τιμή των προϊόντων της. Αυτή άλλωστε είναι και η αιτία της απόλυτης σχέσης εμπιστοσύνης που έχει αναπτυχθεί με τους χιλιάδες πελάτες της που χρησιμοποιούν περισσότερο από 25 χρόνια τα προϊόντα της.

Τώρα, η **Master-Aid** παρουσιάζει τα νέα της πρωτοποριακά προϊόντα, τα πιεσόμετρα **Perfecta** και **Evolution**, που διακρίνονται για την «ακρίβειά» τους. Δηλαδή για την σωστή ένδειξη της αρτηριακής πίεσης, ηλεγμένη και πιστοποιημένη από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Υπέρτασης.



NEO ΠΡΟΪΟΝ

### perfecta

- Ένδειξη συστολικής και διαστολικής πίεσης και σφυγμού.
- Μέσος όρος των 3 τελευταίων μετρήσεων.
- IHB - Ένδειξη αρρυθμιών.
- Μνήμη 60 σετ μετρήσεων.
- Αποταμίευση ενέργειας: Αυτόματη απενεργοποίηση εάν δεν χρησιμοποιηθεί για πάνω από 2 λεπτά.
- ESH - αξία: Το **Perfecta** έχει επικυρωθεί σύμφωνα με το Διεθνές Πρωτόκολλο της Ευρωπαϊκής Κοινότητας Υπέρτασης.
- Εργονομική, άνετη περιχειρίδα μέτριου μεγέθους (22-36 cm).
- Δυνατότητα αποθήκευσης για μεταφορά.
- Συμπεριλαμβάνονται 4 μπαταρίες AAA.

### evolution

- LCD οθόνη με μεγάλα γράμματα 82x60 mm.
- Ένδειξη συστολικής και διαστολικής πίεσης και σφυγμού.
- Μέσος όρος των 3 τελευταίων μετρήσεων.
- IHB-Ένδειξη αρρυθμιών.
- Διπλή λειτουργία. Η συσκευή μπορεί αυτόματα να αποθηκεύσει 180 σετ μετρήσεων για δύο χρήστες (2x90).
- WHO ένδειξη: Ταξινόμηση της πίεσης του αίματος σύμφωνα με την Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας.
- Αποταμίευση ενέργειας: Αυτόματη απενεργοποίηση.
- ESH αξία: Το **Evolution** έχει επικυρωθεί σύμφωνα με το Διεθνές Πρωτόκολλο της Ευρωπαϊκής Κοινότητας Υπέρτασης.
- Εργονομική, άνετη περιχειρίδα μέτριου μεγέθους (22-36cm).
- Δυνατότητα αποθήκευσης για μεταφορά.
- Συμπεριλαμβάνονται 4 μπαταρίες «AA» και ένας αντάπτορας AC/DC.



**Health Plus s.a.**  
PHARMACEUTICALS - COSMETICS

ΑΘΗΝΑ: Λ. ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 2 & ΘΑΣΟΥ 3, ΓΛΥΦΑΔΑ 166 75, ΤΗΛ. 801.700.77.01 (αστική χρέωση) - FAX. 210.9600.954  
ΘΕΣΣ/ΚΗ: ΓΙΑΝΝΙΤΣΩΝ 31, ΒΑΛΚΑΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ, ΚΤΙΡΙΟ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ - ΤΗΛ / FAX: 2310.540575

Website: [www.health-plus.gr](http://www.health-plus.gr) • E-mail: [info@health-plus.gr](mailto:info@health-plus.gr)

# Γυναίκα

# και

# φυτοθεραπεία

◆ Από την **ΙΩΑΝΝΑ ΑΝΤΩΝΙΑΔΟΥ**, Βιολόγο, Επιστημονική σύμβουλο της Douni Health Products



Η ζωή κάθε γυναίκας είναι μια πρόκληση, καθώς από πολύ μικρή ηλικία και καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής της, καλείται να αντιμετωπίσει διάφορες επώδυνες ή άβολες καταστάσεις, όπως την έμμηνο ρύση, την εμμηνόπαυση και διάφορα συμπτώματα που μπορεί να προκαλούνται από διαταραχές στις ορμόνες, τη δραστήρια ζωή της ή άλλους παράγοντες.

Συχνά, οι γυναίκες επιλέγουν να αντιμετωπίσουν τα διάφορα συμπτώματα, σωματικά και ψυχικά, με τη χρήση φαρμάκων.

Μήπως όμως υπάρχει ένας πιο φυσικός τρόπος; Μήπως η λύση για όλα τα προβλήματα, ή τουλάχιστον για πολλά από αυτά, υπάρχει στη φύση;

**Η** φύση είναι πλούσια σε φυτά με ωφέλιμη αλλά και θεραπευτική δράση (βότανα). Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν φυτά που μπορούν να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση ενοχλητικών σωματικών και ψυχικών συμπτωμάτων με διάφορους τρόπους, όπως με τη διόρθωση ορμονικών διαταραχών ή την αύξηση των επιπέδων ορισμένων νευροδιαβιβαστών στον εγκέφαλο.

Η θεραπευτική που χρησιμοποιεί τα φυτά για την ανακούφιση των συμπτωμάτων και την αντιμετώπιση διαφόρων προβλημάτων υγείας λέγεται **φυτοθεραπεία** και δεν είναι τυχαίο που επί αιώνες αποτελούσε τη βάση της παραδοσιακής ιατρικής.

Σε ποιες περιπτώσεις όμως μπορούν να ικανοποιήσουν τα φυτά τη γυναικεία ανάγκη για καλή ζωή, χωρίς ενοχλητικά συμπτώματα;

Παρακάτω μας δίνεται η ευκαιρία να γνωρίσουμε μερικά από τα πιο σημαντικά φυτά για τη γυναικεία υγεία.

## ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗ ΦΥΣΗ

### για το Προεμμηνορροϊκό Σύνδρομο (PMS)

Το προεμμηνορροϊκό σύνδρομο, γνωστό και ως PMS, είναι το σύνολο των σωματικών και ψυχικών συμπτωμάτων που εμφανίζονται 2 με 15 μέρες πριν την έμμηνο ρύση και αφορά 3 στις 4 γυναίκες. Τα συμπτώματα μπορεί να οφείλονται σε διαταραχές στις ορμόνες, σε μη επαρκή πρόσληψη ορισμένων θρεπτικών συστατικών και σε άλλους παράγοντες, με τη ψυχολογία να παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην ένταση των συμπτωμάτων.

Στα συμπτώματα του PMS περιλαμβάνονται ο πνευλικός πόνος, η δυσμηνόρροια, η ευαισθησία και η διόγκωση των μαστών, η μασταλγία, η ευερεθιστικότητα, η νευρικότητα, η κατάθλιψη, η ατονία, η μειωμένη ενέργεια, οι πονοκέφαλοι, η ακμή κ.α.

Ας δούμε μερικά βότανα για το PMS



### ΛΥΓΑΡΙΑ

Η λυγαριά (*Vitex agnus castus*) είναι ένα βότανο που χρησιμοποιείται παραδοσιακά για την αντιμετώπιση των προεμμηνορροϊκών και εμμηνορροϊκών συμπτωμάτων. Μελέτες έχουν δείξει ότι ανακουφίζει από τα συμπτώματα του PMS χωρίς παρενέργειες και είναι ένα καλά ανεκτό βότανο.

Πιο συγκεκριμένα, η λυγαριά συμβάλλει στη μείωση της ευαισθησίας, της διόγκωσης και του πόνου στο στήθος (προεμ-

μμηνορροϊκή μαστοδυνία), μειώνοντας τα επίπεδα της προλακτίνης, ενώ παράλληλα συμβάλλει στη μείωση και άλλων συμπτωμάτων του PMS, όπως είναι οι διαταραχές στη διάθεση, η ευερεθιστότητα, η νευρικότητα, το κοιλιακό πρήξιμο, η ακμή κ.α. Η λυγαριά συμβάλλει στη ρύθμιση των ορμονών ειδικά κατά τις 15 τελευταίες ημέρες του κύκλου, εξομαλύνει τα επίπεδα της προγεστερόνης και μειώνει τα αυξημένα επίπεδα της προλακτίνης που ευθύνονται για πολλά από τα συμπτώματα του PMS.

**Προτεινόμενη δοσολογία:** 0,5-1,0g σκόνης βοτάνου, δύο έως τρεις φορές ημερησίως. Για την αντιμετώπιση εμμηνορροϊκών προβλημάτων προτείνεται η χρήση του βοτάνου για χρονικό διάστημα 4 έως 6 μηνών. Το μέρος του φυτού που χρησιμοποιείται είναι ο καρπός.

**Τι πρέπει να προσέξουμε:** Η λυγαριά μπορεί να αλληλεπιδράσει με ορμονική θεραπευτική αγωγή (θεραπεία ορμονικής υποκατάστασης, διά του στόματος χορηγούμενα αντισυλληπτικά ή ορμόνες φύλου). Αν λαμβάνονται σχετικά φάρμακα, είναι απαραίτητη η σύμφωνη γνώμη του γιατρού που τα έχει χορηγήσει. Σπάνια μπορεί να εμφανιστούν πονοκέφαλοι, αυξημένη ροή περιόδου ή αλλεργικές αντιδράσεις.

**ΝΥΧΤΟΛΟΥΛΟΥΔΟ**

Το νυχτολούλουδο (*Oenothera*) έχει επίσης μελετηθεί για τη δράση του στη μείωση των συμπτωμάτων του PMS και ιδιαίτερα το έλαιό του που παράγεται από τους σπόρους και τα άνθη του.



Το έλαιο νυχτολούλου-

δου (Evening Primrose Oil) είναι πλούσιο σε ωμέγα-6 λιπαρά οξέα, όπως το GLA (γ-λινολενικό οξύ). Το GLA μετατρέπεται στο σώμα σε προσταγλανδίνη E1, η οποία μπορεί να μειώσει τη δράση της προλακτίνης που είναι υπεύθυνη για μερικά συμπτώματα του PMS. Μελέτες δείχνουν ότι το έλαιο νυχτολούλουδου, συμβάλλει στη μείωση του πόνου και της ευαισθησίας στο στήθος, του κοιλιακού πόνου, της κατάθλιψης, της ευερεθιστικότητας, της κατακράτησης υγρών που σχετίζεται με το PMS. κ.α. Σύμφωνα μάλιστα με μελέτη, μπορεί να βοηθήσει ακόμα και γυναίκες στις οποίες απέτυχαν άλλες θεραπείες για το PMS. Τα ωμέγα-6 λιπαρά οξέα που υπάρχουν στο έλαιο νυχτολούλουδου, μπορούν επιπλέον να συμβάλουν στην υγεία του δέρματος και της καρδιάς και στη μείωση του πόνου στο στήθος στις γυναίκες που θηλάζουν.

**Προτεινόμενη δοσολογία:** 200-400mg GLA ημερησίως που αντιστοιχούν σε 2-4g ελαίου νυχτολούλουδου περιεκτικότητας 10% σε GLA.

**Τι πρέπει να προσέξουμε:** Η χρήση του νυχτολούλουδου θεωρείται ασφαλής και σε μεγαλύτερες δόσεις από την προτεινόμενη. Τα ωμέγα-6 λιπαρά οξέα πρέπει να λαμβάνονται με προσοχή και με τη σύμφωνη γνώμη του γιατρού αν λαμβάνονται αντιπηκτικά φάρμακα.

**ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗ ΦΥΣΗ****για τα Συμπτώματα της Εμμηνόπαυσης**

Η εμμηνόπαυση είναι η οριστική παύση της εμμηνού ρύσης και της γονιμότητας της γυναίκας. Η έμμηνος ρύση σπανίως διακόπτεται απότομα, αντίθετα υπάρχει μια μεταβατική περίοδος μέχρι την εμμηνόπαυση κατά την οποία συμβαίνουν σημαντικές διακυμάνσεις στα επίπεδα των ορμονών που προκαλούν βέβαια ποικίλα συμπτώματα. Συνήθη συμπτώματα που εμφανίζονται πριν, κατά τη διάρκεια ή ακόμα και μετά την εμμηνόπαυση είναι οι εξάψεις, οι εφιδρώσεις, η ευερεθιστικότητα, η νευρικότητα, η κατάθλιψη, η αϋπνία, η μειωμένη ενέργεια, η ξηρότητα του κόλπου, οι ταχυκαρδίες κ.α.

Ας δούμε μερικά βότανα για τα Συμπτώματα της Εμμηνόπαυσης

**ΚΟΚΚΙΝΟ ΤΡΙΦΥΛΛΙ**

Το κόκκινο τριφύλλι (red clover, *Trifolium pratense*) χρ-

σιμοποιείται από αρχαιοτάτων χρόνων για τις θεραπευτικές του ιδιότητες σε διάφορους τομείς της υγείας. Σύμφωνα με μελέτες, το κόκκινο τριφύλλι συμβάλλει στη μείωση των συμπτωμάτων της εμμηνόπαυσης. Η δράση αυτή αποδίδεται στις περιεχόμενες σε αυτό ισοφλαβόνες, που είναι φυτο-οιστρογόνα. Τα φυτο-οιστρογόνα μιμούνται τη δράση των οιστρογόνων μέσω της πρόσδεσής τους σε υποδοχείς των οιστρογόνων στο σώμα. Με τον τρόπο αυτό, συμβάλλουν στη ρύθμιση των ορμονών και τη μείωση των συμπτωμάτων της εμμηνόπαυσης, όπως των εξάψεων, των εφιδρώσεων, της νευρικότητας κ.α. Μετα-ανάλυση κατά την οποία εξετάστηκαν 174 τυχαιοποιημένες μελέτες ελέγχου, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι, τα συμπληρώματα με φυτο-οιστρογόνα είναι ασφα-

λή και δεν υπήρχε στατιστικά σημαντική αύξηση στο ποσοστό κολπικής αιμορραγίας, υπερπλασίας του ενδομητρίου, καρκίνου του ενδομητρίου και καρκίνου του στήθους στις γυναίκες που τα χρησιμοποίησαν.

**Προτεινόμενη δοσολογία:** 2-4g ξηρού άνθους τρεις φορές ημερησίως μέχρι να μειωθούν σημαντικά τα συμπτώματα. Το μέρος του βοτάνου που χρησιμοποιείται είναι το άνθος.

**Τι πρέπει να προσέξουμε:** Άτομα που ακολουθούν φαρμακευτική αγωγή με ορμόνες (όπως θεραπεία ορμονικής

υποκατάστασης) ή αντιπηκτικά (όπως η ηπαρίνη), δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούν το κόκκινο τριφύλλι χωρίς ιατρική παρακολούθηση. Σε αντίθεση με τις ισοφλαβόνες από σόγια, οι ισοφλαβόνες από κόκκινο τριφύλλι μπορούν να ληφθούν από άτομα με ιστορικό τροφικών αλλεργιών (στη σόγια ή αλλού) καθώς το κόκκινο τριφύλλι δεν προκαλεί αλλεργίες.

**ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗ ΦΥΣΗ****για το Στρες, την Αϋπνία και την Κατάθλιψη**

Το στρες, η αϋπνία ή η κατάθλιψη μπορεί να εμφανιστούν σε διάφορες ηλικίες και να επηρεάσουν πολύ την καθημερινότητα της γυναίκας. Η φύση έχει προνοήσει και για αυτά...

**ΧΡΥΣΗ ΡΙΖΑ**

Η χρυσή ρίζα, γνωστή και ως *Rhodiola rosea*, είναι ένα βότανο με προσαρμοσιογόνο δράση, έχει δηλαδή την ικανότητα να βοηθάει τον οργανισμό να ανταπεξέλθει συνολικά και να προσαρμοστεί σε διάφορα είδη στρες, όπως χημικό, βιολογικό ή σωματικό. Σύμ-





Για κάθε ανάγκη υγείας

# υπάρχει η Vitabiotics



Επειδή κάθε οργανισμός θέλει εξειδικευμένη υποστήριξη

Όταν σε κάθε στάδιο της ζωής μας οι διατροφικές μας απαιτήσεις αλλάζουν, χρειαζόμαστε ένα συμπλήρωμα που καλύπτει κάθε φορά τις ιδιαίτερες ανάγκες του οργανισμού. Η γκάμα της Vitabiotics παρέχει τη μέγιστη υποστήριξη με ισορροπημένες και αποτελεσματικές συνθέσεις που δεν επιβαρύνουν τον οργανισμό με υπερβολικές δόσεις. Με 40 χρόνια εμπειρία, η Vitabiotics δημιουργεί συμπληρώματα που καλύπτουν πραγματικές ανάγκες υγείας.

Originally developed with

*Arnold A. Beckett*

Prof. A. H. Beckett  
OBE, PhD, DSc  
Professor Emeritus,  
University of London



## Η Vitabiotics γνωρίζει αυτό που θέλει η υγεία μου

 **Douni**  
health products

Επικοινωνία - Ενημέρωση - Συμβουλή:  
210 9941451, info@douni.gr  
[www.douni.gr](http://www.douni.gr)



  
Britain's leading  
supplements  
for specific life stages



  
**VITABIOTICS**  
WHERE NATURE MEETS SCIENCE

φωνα με μελέτες, η χρυσή ρίζα συμβάλλει στην αύξηση της πνευματικής και σωματικής απόδοσης, τη μείωση της κόπωσης λόγω αυξημένου άγχους, την οξυγόνωση του εγκεφάλου και των μυών και την ενίσχυση των επιπέδων της ενέργειας. Επίσης, επιδρά θετικά στο νευρικό σύστημα αυξάνοντας τη διάρκεια της αυτοσυγκέντρωσης και βελτιώνοντας τη μνήμη, τη διάθεση, την πνευματική ικανότητα και την απόδοση στην εργασία. Η χρυσή ρίζα θεωρείται ιδανική για άτομα που νιώθουν ατονία, έχουν μειωμένη απόδοση στην εργασία ή εμφανίζουν διάφορα συμπτώματα, όπως δυσκολία στον ύπνο, ευερεθιστικότητα ή κεφαλαλγίες, που προκύπτουν από έντονη φυσική ή πνευματική καταπόνηση. Μελέτες δείχνουν ότι η χρυσή ρίζα μπορεί να αυξήσει τα επίπεδα ορισμένων νευροδιαβιβαστών στον εγκέφαλο, όπως της σεροτονίνης και της ντοπαμίνης, μέχρι και κατά 30%.

**Προτεινόμενη δοσολογία:** 250-500mg εκχυλίσματος μία έως τρεις φορές ημερησίως. Το μέρος του βοτάνου που χρησιμοποιείται είναι η ρίζα.

**Τι πρέπει να προσέξουμε:** Η χρυσή ρίζα θεωρείται από τα πιο ασφαλή βότανα και δεν υπάρχουν ιδιαίτερες αντενδείξεις.

## ΒΑΛΕΡΙΑΝΑ

Η βαλεριάνα (*Valeriana officinalis*) θεωρείται ένα φυσικό ηρεμιστικό και υπνωτικό που έχει χρησιμοποιηθεί παραδοσιακά για την αντιμετώπιση της ευερεθιστικότητας, της νευρικής, της αϋπνίας και σε καταστάσεις υστερίας. Η βαλεριάνα περιέχει ουσίες με ηρεμιστικές και καταπραϋντικές ιδιότητες.



Οι ηρεμιστικές ιδιότητες της βαλεριάνας είναι ιδιαίτερα χρήσιμες για τη διατήρηση της ποιότητας και της διάρκειας του ύπνου. Σύμφωνα με μελέτες, άτομα που υποφέρουν από αϋπνίες και λαμβάνουν βαλεριάνα έχουν γενικά ευκολότερη και πιο ήσυχη μετάβαση στον ύπνο από άτομα που χρησιμοποιούν τυπικά υπνωτικά ή κάποιο άλλο σκεύασμα τέτοιου τύπου. Έχει αποδειχθεί ότι η βαλεριάνα μειώνει το συχνό ξύπνημα, την ένταση και την ανησυχία και σε αντίθεση με μερικά φάρμακα, εξασφαλίζει έναν υγιή ύπνο, χωρίς να υπάρχει αίσθηση κούρασης την επόμενη ημέρα.

**Προτεινόμενη δοσολογία:** 0,3-1,0g σκόνης βοτάνου τρεις φορές ημερησίως. Το μέρος του βοτάνου που χρησιμοποιείται είναι η ρίζα.

**Τι πρέπει να προσέξουμε:** Η βαλεριάνα θεωρείται δραστικό βότανο και έχει θεραπευτική δράση. Δεν πρέπει να λαμβάνεται παράλληλα με ηρεμιστικά φάρμακα ή άλλα συνταγογραφούμενα φάρμακα που επηρεάζουν το κεντρικό νευρικό σύστημα χωρίς τη συμβουλή γιατρού. Επίσης, ενδέχεται να μειώσει την εγρήγορση.



## ΒΑΛΣΑΜΟΧΟΡΤΟ

Το βαλσαμόχορτο (*Hypericum perforatum*), γνωστό και ως βότανο του Αγίου Ιωάννη (St. John's Wort) ή υπερικόν, έχει χρησιμοποιηθεί παραδοσιακά για τις ηρεμιστικές και αντικαταθλιπτικές του ιδιότητες

αλλά και για τη φροντίδα των πληγών (εξωτερική χρήση). Η υπερισίνη, που περιέχεται στο βαλσαμόχορτο, έχει ηρεμιστικές και καταπραϋντικές ιδιότητες. Σύμφωνα με μελέτες, το εκχύλισμα από βαλσαμόχορτο μπορεί να μετριάσει τα συμπτώματα της κατάθλιψης, αυξάνοντας τη διαθεσιμότητα ορισμένων νευροδιαβιβαστών, όπως της σεροτονίνης, της νορεπινεφρίνης και της ντοπαμίνης στον εγκέφαλο, ενώ παράλληλα μπορεί να βελτιώσει και συμπτώματα όπως νευρική αϋπνία. Το βαλσαμόχορτο μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για να ανακουφίσει από εποχιακές συναισθηματικές διαταραχές.

**Προτεινόμενη δοσολογία:** 2-4g σκόνης βοτάνου τρεις φορές ημερησίως. Χρησιμοποιείται ολόκληρο το φυτό με τα άνθη.

**Τι πρέπει να προσέξουμε:** Το βαλσαμόχορτο δεν πρέπει να λαμβάνεται σε συνδυασμό με φάρμακα για την κατάθλιψη και μπορεί να επηρεάσει την αποτελεσματικότητα ορισμένων φαρμάκων, π.χ. να μειώσει τη δράση των αντισυλληπτικών ή αντισταμινικών φαρμάκων. Σε μερικά άτομα μπορεί να παρατηρηθεί φωτοευαισθησία έπειτα από λήψη αφεψήματος από τα φύλλα του. Το πτητικό έλαιο του βοτάνου έχει ερεθιστικές ιδιότητες.

## Τι πρέπει να προσέξουμε όταν επιλέγουμε τη φυτοθεραπεία

Από τη λέξη και μόνο φυτοθεραπεία, μπορούμε να καταλάβουμε ότι τα φυτά, ιδιαίτερα αυτά που ανήκουν στα θεραπευτικά βότανα, μπορεί να έχουν ισχυρή δράση που πιο πολύ θεωρείται θεραπευτική παρά υποστηρικτική. Για το λόγο αυτό, αν θελήσουμε να χρησιμοποιήσουμε κάποιο βότανο, καλό θα ήταν να ενημερωθούμε πρώτα καταλλήλως για τη δράση του. Υπάρχουν φυτά και βότανα με πολύ ήπια δράση που μπορούν να ληφθούν από τον καθένα, υπάρχουν όμως και βότανα με ισχυρή δράση, όπως το βαλσαμόχορτο και η βαλεριάνα, που πρέπει να λαμβάνονται με σύνεση και με την προϋπόθεση ότι δεν λαμβάνονται κάποια συγκεκριμένα φάρμακα.

Γενικά, τα βότανα δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται από γυναίκες που εγκυμονούν ή θηλάζουν, από παιδιά και από άτομα με σοβαρές παθήσεις, ενώ αν κάποιος παίρνει φάρμακα πρέπει να ελέγξει τις αντενδείξεις του βοτάνου που θέλει να πάρει πριν προβεί στη χρήση του.

### Τι είναι καλύτερο να επιλέξουμε: αποξηραμένα ή τυποποιημένα βότανα;

Η επιλογή ενός αποξηραμένου βοτάνου μπορεί να ενέχει κινδύνους. Ακόμα κι αν μας διαβεβαιώσουν ότι ένα αποξηραμένο βότανο προέρχεται από βιολογική καλλιέργεια και νιώθουμε ασφαλείς για την ποιότητά του, δεν μπορούμε να πάρουμε εγγυήσεις για την περιεκτικότητά του. Ένα αποξηραμένο βότανο μπορεί να προέρχεται από μια πλούσια ή φτωχή σοδειά, κάτι που εμείς δεν μπορούμε να γνωρίζουμε. Αυτό σημαίνει ότι αν αγοράσουμε ένα αποξηραμένο βότανο σήμερα και ένα άλλο μετά από ένα μήνα, η περιεκτικότητά τους σε δραστικά συστατικά μπορεί να είναι τελείως διαφορετική με αποτέλεσμα, λαμβάνοντας την ίδια ποσότητα ξηρού βοτάνου, να παίρνουμε διαφορετική ποσότητα δραστικών συστατικών και να μην έχουμε τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Η λύση για να είμαστε σίγουροι και ασφαλείς για τα βότανα που χρησιμοποιούμε είναι να επιλέγουμε τυποποιημένα βότανα από αξιόπιστες εταιρίες, που μπορούν να μας εγγυηθούν ότι ανεξαρτήτως από την παρτίδα των προϊόντων και τη σοδειά που προέρχονται, αυτά προσφέρουν την ίδια ποσότητα δραστικών συστατικών και άρα έχουν την ίδια αποτελεσματικότητα.

### Αποφύγετε τους «υφάλους» στην επικοινωνία σας

Γενικά, η πρόταση φυτοθεραπείας στους πελάτες σας ενέχει κινδύνους παρεξηγήσεων με την πρόταση του γιατρού ή με την άποψη του ίδιου του πελάτη.

**1ος ύφαλος: Να μη λάβετε υπ' όψιν σας τη συνταγή του γιατρού**  
Εδώ όχι μόνο θα χάσετε σε αξιοπιστία, αλλά ρισκάρете να μη ρδέψετε τόσο τον πελάτη σας για τη σωστή λύση στο πρόβλημα υγείας του. Ο γιατρός όχι μόνο γνωρίζει καλύτερα το ιστορικό του πελάτη σας, αλλά είναι ο πλέον αρμόδιος για να δώσει τη θεραπεία ιδιαίτερα σε σοβαρές καταστάσεις.

**2ος ύφαλος: Να πάρετε τη θέση του συνταγογράφου**  
Αν ο πελάτης σας εκφράσει την επιθυμία ότι δε θέλει να ακολουθήσει τη συνταγή του γιατρού και θέλει μια πιο φυσική και εναλλακτική αγωγή, πρέπει να του τεκμηριώσετε την πρόταση σας στη φυτοθεραπεία και όχι μόνο. Δώστε του αν έχετε σχετικά ενημερωτικά έντυπα ή παραπέμψτε τον και στο internet για επί πλέον πληροφόρηση. Σε κάθε περίπτωση όμως διαφυλάξτε τη θέση σας, τονίζοντας στον πελάτη ότι η πρόταση φυτοθεραπείας που του κάνετε είναι «μια πιο ήπια και πιο φυσική θεραπεία» και φυσικά έχει το δικαίωμα να ρωτήσει και το γιατρό του.

**3ος ύφαλος: Αποφύγετε να βάλετε τον πελάτη σας σε δίλημμα**  
Ο πελάτης σας αναζητεί λύση στο πρόβλημα υγείας του. Μη τον βάζετε σε νέα προβλήματα και διλήμματα. Απλά ρωτήστε τον αν θα ήθελε να του προτείνετε μια «πιο ήπια, πιο φυσική αγωγή, με επιστημονικά μελετημένα και παραδοσιακά βότανα». Αν σας πει «ναι», τότε προβείτε στην πρόταση και την τεκμηριώσή σας.



### Γνωρίζοντας τα μυστικά της φύσης!

Οι παραπάνω προτάσεις από τη φύση αποτελούν ένα πολύ μικρό μέρος από τις φυσικές προτάσεις που μπορούμε να κάνουμε στις γυναίκες, αλλά και γενικότερα στους ανθρώπους που επιθυμούν να βρουν στη φύση τη λύση για τα προβλήματά τους.

Η φύση είναι γεμάτη με θαυμάσια φυτά που αξίζει να γνωρίζουμε και να προτείνουμε στους πελάτες μας στο φαρμακείο!

### Επιλεγμένη Βιβλιογραφία

**Λυγαριά (Vitex agnus castus):** *Minerva Ginecol.* 2011 Jun;63(3):237-45, *Acta Med Iran.* 2012;50(2):101-6, *Med Monatsschr Pharm.* 2009 May;32(5):186-91, *Phytomedicine.* 2003 May;10(4):348-57.

**Έλαιο Νυκτολούλουδου (Evening Primrose Oil, Oenothera):** *J Reprod Med.* 1983 Jul;28(7):465-8, *J Am Pharm Assoc (Wash).* 2000 Mar-Apr;40(2):234-42.

**Κόκκινο τριφύλλι (red clover):** *Gynecol Endocrinol.* 2005 Nov;21(5):257-64, *Herbal medicines: A guide for health-care professionals.* London: Pharmaceutical Press 1996: 227, *Am J Med.* 2009 Oct;122(10):939-46.

**Χρυσή ρίζα (Rhodiola rosea):** *Phytomedicine.* 2000;7(5):365-371, *Phytomedicine.* 2010 Jun;17(7):481-93, *Krendal FP et al.* 1990 *Kharkov. USSR pp* 31-32.

**Βαλεριάνα (Valeriana officinalis):** *Am J Med.* 2006 Dec;119(12):1005-12, *Pharmacol Biochem Behav* 1982;17:65-71, *Psychopharmacology.* 1985;87:406-409, *J Psychiatr Res* 1983;17:115-122.

**Βαλαμόχορτο (St John's wort, Hypericum perforatum):** *Pharmacopsychiatry.* 1997 Sep;30 Suppl 2:102-7, *Pharmacopsychiatry.* 1998 Jun;31 Suppl 1:16-21, *Arzneimittelforschung.* 1984;34(8):918-20. ■

## Οι προτάσεις του περιοδικού

ΠΩΣ ΝΑ ΠΡΟΒΑΛΕΤΕ  
ΤΗ ΦΥΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ

## Ιδέες για τη βιτρίνα σας

## Τα υλικά που θα χρειαστείτε:

- Εικόνες με τα κατάλληλα ανά περίπτωση φαρμακευτικά φυτά, που θα κρεμάσετε γύρω-γύρω
- Ένα τραπεζάκι στη μέση του χώρου της βιτρίνας με ένα κάλυμμα
- Σαν διακοσμητικά θα βάλετε πάνω στο τραπεζάκι ένα καθρέπτη, 1-2 γουδιά, ένα φλιτζάνι τσαγιού, μπουκάλια με φαρμακευτικά φυτά γύρω-γύρω
- Στο πάτωμα, καλάθια με αποξηραμένα φυτά
- Και ένα μήνυμα: «Μικρά γυναικεία προβλήματα; Τα φυτά σας δίνουν τη λύση!»

## Δημιουργείτε μια γωνία φυτοθεραπείας στο χώρο πώλησης,

με δρόγες τυποποιημένες ή ειδικά συμπληρώματα διατροφής και βάλτε την κατάλληλη σημαση π.χ. «Η φυτοθεραπεία για την Υγεία σας» Φροντίστε τη διακόσμηση αυτού του τομέα και γιατί όχι βάλτε και μια συσκευή διάχυσης αιθερίων ελαίων για να προσελκύσετε τους πελάτες σας

## Οργανώστε περιοδικά ειδικές προβολές,

ανάλογα με την εποχή αλλά και σε θέματα όπως η εμμηνόπαυση, το άγχος, η αύπνία... κλπ

## Οι συμβουλές «κλειδιά»

## Οι συμβουλές «κλειδιά» στην ΚΟΛΠΙΚΗ ΞΗΡΟΤΗΤΑ

Η κολπική ξηρότητα, γνωστή και ως ατροφική κολπίτιδα, είναι μια κοινή κατάσταση για τις γυναίκες της μετεμμηνόπαυσιακής περιόδου. Μπορεί να εμφανιστεί ακόμα και σε γυναίκες που βρίσκονται σε γόνιμη ηλικία κάτω από συνθήκες έντονου στρες, λόγω κακής διατροφής ή ορμονικής ανισορροπίας. Τα συμπτώματα είναι πόνος κατά τη διάρκεια της σεξουαλικής επαφής, αίσθημα καύσου, κολπική δυσφορία ή κνησμός, αυξημένες κολπικές εκκρίσεις.

Εδώ, εκτός από τη φυτοθεραπεία, προτείνεται και τοπική θεραπεία, όπως τα Ενυδατικά/Λιπαντικά και τα Κολπικά οιστρογόνα. Όλες οι θεραπείες της κολπικής ξηρότητας έχουν προσωρινή δράση. Η κολπική ξηρότητα θα εμφανιστεί ξανά όταν η θεραπεία διακοπεί, εκτός εάν οι ωσθήκες αρχίσουν να παράγουν περισσότερα οιστρογόνα.

Τα κολπικά λιπαντικά και τα ενυδατικά μπορούν να χορηγηθούν χωρίς ιατρική συνταγή. Δεν περιέχουν ορμόνες και δεν έχουν σχεδόν καθόλου παρενέργειες. Έχουν σχεδιαστεί για τη μείωση της δυσφορίας κατά τη σεξουαλική επαφή. Το λιπαντικό εφαρμόζεται μέσα στον κόλπο λίγο πριν την επαφή. Προϊόντα που έχουν σχεδιαστεί ειδικά ως κολπικά λιπαντικά είναι οι πιο αποτελεσματικές λύσεις από άλλα λιπαντικά που δεν έχουν σχεδιαστεί για το σκοπό αυτό, όπως η βαζελίνη. Τα κολπικά ενυδατικά είναι διαμορφωμένα έτσι ώστε να επιτρέπουν στο νερό να διατηρείται στον κολπικό ιστό. Εφαρμόζονται εντός του κόλπου το βράδυ πριν την κατάκλιση, για να δώσουν ένα παρατεταμένο αποτέλεσμα ενυδάτωσης.

Τα κολπικά οιστρογόνα είναι η ιατρική αγωγή εκλογής για την κολπική ξηρότητα και πρέπει να συνταγογραφούνται από τον κατάλληλο γιατρό. Υπάρχουν σε διάφορους τύπους: κρέμα, κολπικό δισκίο και κολπικός δακτύλιος.

Τέλος στην κολπική ξηρότητα είναι σημαντικό να προτείνετε να ακολουθείται μια ισορροπημένη διατροφή και μια προσεκτική προσωπική υγιεινή με κατάλληλα και ασφαλή προϊόντα, όπως ένα απαλό καθαριστικό ειδικά σχεδιασμένο για την ευαίσθητη περιοχή, με κατάλληλο pH και φυτικά ενεργά συστατικά.

# DermoXEN®



## Vitexyl Gel

### Ενυδατικό τζελ της ευαίσθητης περιοχής

Τζελ με βάση το νερό με φυτικά εκχυλίσματα

### Καινοτόμα σύνθεση

Παρέχει έντονη ενυδάτωση, χάρη στο υαλουρονικό οξύ και την βιταμίνη B5  
Ασκή άμεση καταπραϋντική δράση  
Χωρίς άρωμα  
Χωρίς Thiazolinone  
χωρίς Paraben

Τζελ με βάση το νερό, με φυτικό εκχύλισμα από Λυγαριά (*Vitex agnus castus*), το οποίο συμβάλλει στη διατήρηση της ισορροπίας του κολπικού βλεννογόνου και βοηθά στην καταπολέμηση των τυπικών προβλημάτων της εμμηνόπαυσης, όπως είναι η ξηρότητα του κόλπου και ο ερεθισμός. Με επτά συσκευές εφαρμογής, συνιστάται για τη θεραπεία της κολπικής ξηρότητας, χρήση μία φορά την ημέρα πριν από τον ύπνο, για μία εβδομάδα. Δερματολογικά και *in vitro* ελεγμένο. Κάθε παρτίδα ελέγχεται ξεχωριστά για παρουσία νικελίου, κοβαλτίου και χρωμίου.



96%  
Φυτικό



Θα το βρείτε  
στα φαρμακεία



ελεγμένο  
*in vitro*

# Χειμώνας, φροντίζοντας

ΤΟΥΣ  
ΠΕΛΑΤΕΣ  
ΣΑΣ

Ιώσεις και λοιμώξεις εμφανίζονται συχνότερα με την πτώση της θερμοκρασίας. Έτσι με την είσοδο του χειμώνα, αυξάνονται οι επισκέψεις των πελατών στο φαρμακείο σας.

Ετοιμάστε λοιπόν κατάλληλα το χώρο σας αλλά και τις προτάσεις συμβουλής σας, ιδιαίτερα στις εναλλακτικές θεραπείες, για να τους υποδεχθείτε.

Η εποχή το επιβάλλει...!

## Πώς να «σκνηοθετήσετε» το χώρο σας το χειμώνα

Όταν μιλάμε για «σκνηοθεσία», εννοούμε το σύνολο των ενεργειών της οργάνωσης των προϊόντων στο χώρο και στη βιτρίνα, καθώς και του κατάλληλου merchandising για την αποδοτική προβολή τους.

Οι ειδικοί επισημαίνουν ότι είναι απαραίτητη η συνέργεια της προβολής στη βιτρίνα με την προβολή στο χώρο του φαρμακοπωλείου. Η βιτρίνα πρέπει να προκαλεί!

Ιδιαίτερα το χειμώνα σκεφτείτε πόσες παθήσεις μπορείτε να προβάλετε με τα κατάλληλα μηνύματα, τα μελετημένα σκηνικά και τα απαραίτητα προϊόντα.

Προσοχή όμως μην υπερβάλλετε!

Μια θεματική βιτρίνα για χειμερινές παθήσεις αλλά και τη φροντίδα του δέρματος δεν πρέπει να ξεπερνά τα 3-4 θέματα.

Παράδειγμα: γρίπη, κρυολόγημα, συνάχι, φροντίδα δέρματος.

Στο χώρο του φαρμακοπωλείου, εκτός από την υπάρχουσα τοποθέτηση των εποχιακών προϊόντων στα ράφια, ανάλογα με την κατηγορία ή τη μάρκα που ανήκουν, φροντίστε την επί πλέον τοποθέτηση τους σε μια γόνδολα προβολής, σε ένα πολύ «ζεστό σημείο» του καταστήματος, π.χ. στη είσοδο, μόλις μπαίνει ο πελάτης ή δίπλα στον πάγκο εξυπηρέτησης, εκεί που περιμένει να εξυπηρετηθεί. Ιδιαίτερα φροντίστε τη σήμανση της προβολής με ένα πινακάκι στο πάνω μέρος της γόνδολας με το απαραίτητο μήνυμα:

### Παραδείγματα μηνυμάτων:

«Η συμβουλή μας για να αντιμετωπίσετε το κρυολόγημα»

«Φροντίστε τα χέρια και τα χείλη σας στο κρύο»

«Ενισχύστε την άμυνα του οργανισμού σας τώρα το χειμώνα»

...και τόσα άλλα μηνύματα που μπορείτε να επινοήσετε.

Φυσικά σε όλα τα παραπάνω πρέπει να υπολογίστε και τις ιδιαίτερες ενέργειες προβολής των εταιρειών στη βιτρίνα και στον εσωτερικό χώρο.

Για να επιλέξετε τα κατάλληλα έπιπλα προβολής αλλά και τα κατάλληλα υλικά σήμανσης, υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία στις κατασκευαστικές εταιρείες με έπιπλα και εξοπλισμό φαρμακείων. Αναζητήστε τες στο internet και συλλέξτε σχέδια και τιμές που σας ταιριάζουν. Καλύτερα φυσικά να κλείσετε ραντεβού μαζί τους για να σας συμβουλέψουν οι ειδικοί ανάλογα με το χώρο σας.

Ειδικά για τη σήμανση και την επικοινωνία με τον πελάτη, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και ψηφιακά μέσα (οθόνες, ψηφιακές βιτρίνες...) αλλά ακόμη και το πάτωμα, εφαρμόζοντας εκεί επάνω αυτοκόλλητα μηνύματα.

Τέλος μπορείτε να «παίξετε» με την επικοινωνία των αισθήσεων, φροντίζοντας τη διάχυση στο χώρο αιθέριων ελαίων αποσυμφορητικών της αναπνοής (ευκάλυπτος,

μέντα...), μια κατάλληλη απαλή μουσική και γιατί όχι να πάτε και λίγο παραπέρα με τη δοκιμή αφεψημάτων φυτοθεραπείας στους πελάτες σας!

Η όλη αυτή αναδιάρθρωση του χώρου δεν απαιτεί καμία ολική ανακαίνιση. Με τον κατάλληλο εξοπλισμό μικροεπίπλων, σημάνσεων και υλικών προβολής, αλλά και την κατάλληλη διάθεση, φαντασία και δημιουργικότητα από μέρους σας, μπορείτε να δημιουργήσετε μια ελκυστική χειμωνιάτικη εικόνα στο χώρο σας.

## Οι συμβουλές σας στην πρόληψη των χειμερινών παθήσεων

### Μια υπόθεση υγιεινής ζωής

Η εμπειρία δείχνει ότι οι σωστές συμβουλές για την πρόληψη και τη μείωση των κινδύνων επιμόλυνσης από ιούς και βακτήρια το χειμώνα είναι επιβεβλημένες στο φαρμακείο.

## Οι συμβουλές «κλειδιά»

### ΚΑΝΟΝΕΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ

- Μειώστε όσο γίνεται τις ομαδικές μετακινήσεις και την παραμονή σε κλειστούς χώρους.
- Αποφύγετε αυτούς που φτερνίζονται ή βήχουν.
- Μη μοιράζετε το ποτήρι ή το πιρούνι ή την πετσέτα για τα χέρια
- Μη βάζετε τα χέρια σας στο πρόσωπο και στο στόμα
- Αποφύγετε τους εναγκαλισμούς, ακόμη και τη χειραψία, αν ο άλλος είναι ήδη μολυσμένος
- Πλένετε συχνά τα χέρια σας με νερό και σαπούνι ή χρησιμοποιήστε ήπια αντισηπτικά διαλύματα ή μαντηλάκια μιας χρήσης, ιδιαίτερα αν έρθετε σε επαφή με άτομο γριπωμένο ή συναχωμένο
- Μην υπερθερμαίνετε τους χώρους που ζείτε και φροντίστε την κατάλληλη υγρασία του χώρου με υγραντήρες. Αερίζετε συχνά τους χώρους σας
- Μειώστε την κατανάλωση αλκοόλ που ευνοεί την αφυδάτωση του σώματος και πίνετε πολλά υγρά
- Αποφύγετε τον καπνό του τσιγάρου που ερεθίζει και ευαισθητοποιεί το αναπνευστικό

### Συμβουλές για την κατάλληλη διατροφή

Η διατροφή, η φυσική δραστηριότητα και ο καλός ύπνος, είναι ο πλέον κατάλληλος συνδυασμός για μια καλή άμυνα του οργανισμού. Μια διατροφή πλούσια σε φρούτα και λαχανικά καλύπτει τις ελλείψεις σε βιταμίνες και ιννοστοιχεία και βοηθά την ενίσχυση του ανοσοποιητικού... Ιδιαίτερα τα εσπεριδοειδή, τα ακτινίδια, οι πιπεριές και τα λάχανα, είναι πλούσια σε βιταμίνη

C. Το συκώτι, οι ντομάτες, το σπανάκι, τα μπρόκολα, είναι πλούσια σε βιταμίνη A, ενώ τα όσπρια, τα πράσινα λαχανικά και τα οστρακοειδή, πλούσια σε ψευδάργυρο.

Παράλληλα η φυσική άσκηση «καθαρίζει» την αναπνευστική οδό και ενισχύει το ανοσοποιητικό, ενώ ο καλός ύπνος αυξάνει την αντίσταση του οργανισμού στα μικρόβια. 8 ώρες νυκτερινός ύπνος μειώνει στο 1/3 τον κίνδυνο για συνάχι...



### Οι φυσικές λύσεις αντιμετώπισης των ιώσεων

Ο φαρμακοποιός είναι ο πλέον κατάλληλος επαγγελματίας υγείας για να προτείνει πιο φυσικές λύσεις πρόληψης και αντιμετώπισης των ιώσεων του χειμώνα. Αλλά και οι πελάτες σας πλέον, είναι πιο δεκτικοί από παλιά στις εναλλακτικές θεραπείες.

### Η παραδοσιακή φυτοθεραπεία

Η χρήση των φυτών για τα συμπτώματα των χειμερινών παθήσεων, παραπέμπει αναμφισβήτητητα στην παράδοση, αλλά αναγνωρίζεται από τον ΠΟΥ, τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Φαρμάκων και από τον Επιστημονικό Ευρωπαϊκό Σύνδεσμο Φυτοθεραπείας.

Ο ευκάλυπος θεωρείται σαν το «φυτό της αναπνευστικής οδού». Σε αφέψημα, με εισπνοές ή σε κάψουλες, βοηθά την αποσυμφόρηση των βρόγχων και κατευνάζει το βήχα. Τα κίτρινα άνθη του φυτού χρυσόβεργα (bouillon-blanc) χρησιμοποιούνται σε μορφή αφεψήματος για το ξηρό βήχα και τον πονόλαιμο σε συνδυασμό με συνάχι. Η μόλδα είναι επίσης ένα φυτό καταπραυντικό του θώρακα και χρησιμοποιείται σε σιρόπι, αφέψημα ή σε διάλυμα για γαργαρισμούς για ερεθισμένο λαιμό και ξηρό βήχα. Το πλάνταγο (τα φύλλα) είναι επίσης αντιβηχικό. Το θυμάρι έχει αντισηπτικές ιδιότητες, μειώνει την καταρροή και καταπραύνει το βήχα. Οι καρποί του μαύρου σαμπούκου (σε σιρόπι και κάψουλες) έχουν αντικές ιδιότητες, ενώ καταπραύνουν τον βήχα και την καταρροή.

### Η τάση της αρωμαθεραπείας.

Τα μπουκαλάκια με τα αιθέρια έλαια έχουν και αυτά τη συμβολή τους στην αντιμετώπιση των χειμερινών λοιμώξεων, όχι μόνο για τις καταπραυντικές και ηρεμιστικές τους ιδιότητες αλλά και τις αντισηπτικές. Προσοχή στη δοσολογία αλλά και τις αντενδείξεις σε ασθματικούς, αλλεργικούς και σε νεαρά παιδιά.

Τα αιθέρια έλαια χρησιμοποιούνται από το στόμα (σε έναν ουδέτερο υποδοχέα), στο δέρμα (με μασάζ ή στο μπάνιο) και για εισπνοές σε μορφή inhaler.

Για το συνάχι και τη γριπώδη κατάσταση μπορούμε να προτείνουμε «ξηρές» εισπνοές από ένα μαντήλι ή μαξιλάρι εμποτισμένο με τα κατάλληλα αιθέρια έλαια ή «υγρές» εισπνοές από ατμούς και φυσικά εντριβές στο θώρακα, το σβέρο και την πλάτη. Για να υγράνουμε την ατμόσφαιρα στο σπίτι και ιδιαίτερα στο υπνοδωμάτιο, μπορούμε να προτείνουμε μια συσκευή διάχυσης αιθέριων ελαίων ή καλύτερα έναν υγραντήρα πάνω στο καλοριφέρ, όπου θα έχουμε βάλει μερικές σταγόνες αιθέριων ελαίων. Τα πλέον κατάλληλα για το χειμώνα είναι: θυμάρι, μέντα (αποσυμφορητικό), δενδρολίβανο (αντισηπτικό, αντιφλεγμονώδες, καταπραυντικό), γλυκάνισος (για το βήχα), μάραθο (βλεννολυτικό για τον παραγωγικό βήχα)... Τα έτοιμα μείγματα αιθέριων ελαίων κατά των ιώσεων και την τόνωση του ανοσοποιητικού περιέχουν κυρίως ευκάλυπτο, έλαιο δασικής Πεύκης, ραβιντσάρα, δενδρολίβανο, μέντα, έλαιο από νιαουλί.

### Η ομοιοπαθητική ανά περίπτωση

Εδώ η επιλογή είναι μεγάλη ανάλογη με τα συμπτώματα.

- Για το συνάχι και τη ρινοφαρυγγίτιδα, για διαυγείς εκκρίσεις σαν νερό, *Allium Cepa 9 CH*, και για υποκίτρινες εκκρίσεις πιο παχύρρευστες *Kalium Bichromicum*.

### Προτροπή για εμβολιασμό κατά της γρίπης

Μια κίνηση «ευθύνης» του φαρμακοποιού προς τους πελάτες του, ιδιαίτερα σε αυτούς του υψηλού κινδύνου (άνω των 60, με χρόνιες παθήσεις, άτομα σε ανοσοκαταστολή...)

Μην ξεχνάτε να τους το λέτε,

Μην ξεχνάτε να το προβάλετε με γραπτά μηνύματα στο χώρο σας!

Αλλά παράλληλα υπενθυμίστε και το εμβόλιο κατά του πνευμονιόκοκου στους ασθενείς σας άνω των 50 ετών, το οποίο συχορηγείται ακίνδυνα με το εμβόλιο της γρίπης και αποζημιώνεται στο 100% από τα ταμεία.





# ImmiFlex®

**Η ασπίδα του οργανισμού!**



**Αποδεδειγμένη  
τόνωση του  
ανοσοποιητικού**

Καθημερινά, ιοί, βακτήρια, παράσιτα, μύκητες, κούραση, άγχος, κακή διατροφή και ύπνος καταπονούν και απειλούν τον οργανισμό. Τώρα, όμως, υπάρχει ένας πολύτιμος σύμμαχος, το **ImmiFlex®**! Χάρη στο φυσικό πολυσακχαρίτη β-γλυκάνη και τη Βιταμίνη D3 που περιέχει, το **ImmiFlex®** ενισχύει σημαντικά το αμυντικό σύστημα και ενεργοποιεί τα μάχιμα κύτταρά του. Ο τύπος β-γλυκάνης που περιέχεται στο **ImmiFlex®** (1.3/1.6 β-γλυκάνη Wellmune WGP) προέρχεται από τα κυτταρικά τοιχώματα της μαγιάς ζύμης με πατενταρισμένη διαδικασία παραγωγής για να μην προκαλεί δυσανεξία.



Αρ. Γνωστοποίησης ΕΟΦ: 56216/30-7-2012

Αρ. Γνωστοποίησης ΕΟΦ: 56214/30-7-2012

Πληθώρα μελετών έχουν πιστοποιήσει τη δράση της Wellmune WGP σε μοριακό επίπεδο, ενώ επιπλέον μελέτες που συνέκριναν τη Wellmune WGP με εικονικό φάρμακο σε ομάδα ανθρώπων με υψηλή σωματική καταπόνηση και άγχος, απέδειξαν μείωση της κούρασης και της έντασης και αυξημένη διανοητική διαύγεια.

**ImmiFlex®: Θωρακίζει αποτελεσματικά την υγεία  
όλης της οικογένειας!**

ΕΜΠΟΡΙΑ - ΔΙΑΝΟΜΗ:



**ΠΑΝ.ΣΥ.ΦΑ**

ΠΑΝΣΥΦΑ Α.Ε.Ε., Αιγαίου 35, 194 00 Κορωπί, Αττική, τηλ.: 210 9645223, fax: 210 9607482, e-mail: pansyfa@otenet.gr, www.pansyfa.gr

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

## MERCHANDIZING

### Πώς οργανώνω τη προβολή μου στα προϊόντα για την «ενίσχυση της άμυνας του οργανισμού»

- Εκτός από την τοποθέτηση αυτών των προϊόντων στη ραφιέρα με όλα τα συμπληρώματα διατροφής, δημιουργώ πάνω σε μια γόνδολα ή σε ένα τραπέζακι προβολής μια ιδιαίτερη παρουσία τους με τη σήμανση «**Ενισχύστε την άμυνα του οργανισμού σας**»
- Βάλτε μια προσφορά με ελκυστικές χαμηλότερες τιμές, με την αγορά 2 προϊόντων
- Χρησιμοποιήστε και την τεχνική του δώρου: με την αγορά δύο προϊόντων, δώρο μια κρέμα χεριών. Υπάρχουν μικρές συσκευασίες από κρέμες χεριών ή στικ χεριών που αγοράζετε εσείς σε πολύ οικονομικές χονδρικές τιμές.

Γιατί να μη χαρίστε κάτι με κόστος 10% στο τζιρο που σας κάνει ο πελάτης σας!

## ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

### Πώς προτείνω στους πελάτες μου προϊόντα για την «ενίσχυση της άμυνας του οργανισμού»

- Επιλέγω 3 μάρκες που θέλω να προωθήσω ιδιαίτερα με διαφορετικές τιμές για να υπάρχει επιλογή τιμής από τον πελάτη.
- Σε κάθε πελάτη που εξυπηρετώ στον πάγκο, ενημερώνω για τη σημασία της ενίσχυσης της άμυνας του οργανισμού τώρα το χειμώνα και τον ρωτάω:

«Εσείς κάνετε κάτι γι' αυτό;»

«Θέλετε να σας προτείνω κάτι εγώ που θα σας βοηθήσει να προφυλαχτείτε καλύτερα από τις ιώσεις του χειμώνα;»



- Σε περίπτωση θετικής απάντησης, προτείνω 1-2 προϊόντα, ενημερώνοντας για τη σύνθεση, τα οφέλη για τον οργανισμό και φυσικά την τιμή τους.
- Αφήνω τον πελάτη να επιλέξει...
- Μην ξεχνάτε τα παιδιά και την πρόταση ειδικών συμπληρωμάτων για αυτά!

- Σε συχνά φταρνίσματα και ρίγη *Nux vomica*, και για τη βουλωμένη μύτη *Sticta Pulmonaria* ή *Sambucus Nigra*. Μπορείτε επίσης να συνδυάσετε *Kalium Bichromicum + Arsenicum Iodatum + Mercurius Solubilis*.
- Για τον πυρετό, *Belladonna* ή *Gelsemium*.
- Για το ξηρό βήχα, *Aconitum napellus* (σε ένα δυνατό κρουολόγημα), *Belladonna* (σε ξηρούς βλεννογόνους), *Hepar sulfur* (σε σπαστικό βήχα), *Spongia* (βήχα με αίσθηση καψίματος), *Bryonia alba* (επώδυνος βήχας που δυσκολεύει την ομιλία).
- Για τον παραγωγικό βήχα, *Droséra* (βήχας με επιδεινώση το βράδυ και πόνο στο στήθος), *Cuprum metallicum* (όταν ο βήχας βελτιώνεται πίνοντας κρύο νερό), *Corallium rubrum* και *Mephitis putorius* (πολύ έντονος βήχας), και *Ignatia* (όσο βήχει ο ασθενής τόσο επιδεινώνεται ο βήχας).
- Όταν ο παραγωγικός βήχας επιδεινώνεται με τη ζέστη, *Coccus Cacti*.
- Σε περίπτωση λαρυγγίτιδας, *Arum triphillum*.
- Για τη Γρίπη προτείνεται *Eupatorium Pergolatum + Gelsemium Sempervirens + Rhus Toxicodendron* μέχρι το τέλος των συμπτωμάτων
- Για την ωτίτιδα, *Belladonna, Capsicum Annuum et Ferrum Phosphoricum*.

### Και τα ιχνοστοιχεία μετάλλων επίσης...

Τα ιχνοστοιχεία μετάλλων επιτρέπουν την ενίσχυση του οργανισμού πριν και μετά τις ιώσεις. Ο χαλκός έχει αντιφλεγμονώδεις ιδιότητες και θα πρέπει να λαμβάνεται σε συμπληρώματα διατροφής στην αρχή του χειμώνα ή περιστασιακά για την αντιμετώπιση μιας ίωσης. Επίσης προτείνονται: ο ψευδάργυρος, το θείο (για τα άτομα που εκδηλώνουν συχνά φαρυγγίτιδα), το σελήνιο (ισχυρό αντιοξειδωτικό), ο άργυρος και το βισμούθιο (με συμπληρωματική αντισηπτική δράση στη μύτη και το λαιμό). Ο συνδυασμός χαλκός-χρυσός-άργυρος, συνιστάται σε χρόνια κούραση για θεραπεία 2 μηνών, αλλά και για την πρόληψη των χειμερινών ιώσεων

### Για την ενίσχυση της άμυνας του οργανισμού

Οι ιώσεις του χειμώνα ήπιες ή σοβαρές εξασθενούν την άμυνα του οργανισμού.

Η συμβουλή του φαρμακοποιού δεν είναι απαραίτητη μόνο για την πρόληψη, ή κατά τη διάρκεια της ίωσης, αλλά και κατά την περίοδο ανάρρωσης.

Με τα συμπληρώματα διατροφής ο φαρμακοποιός διαθέτει ένα σημαντικό «οπλοστάσιο».

Τα προβιοτικά συνιστώνται συχνά για την ενίσχυση της άμυνας του οργανισμού επιτρέποντας παράλληλα την εξισορρόπηση της εντερικής χλωρίδας που διαταράσσεται και από τους ιούς αλλά και από τα αντιβιοτικά. Μερικά προϊόντα συνδυάζουν προβιοτικά με βιταμίνες και ιχνοστοιχεία μετάλλων. Επίσης η βήτα γλυκάνη, ένας φυσικός πολυσακχαρίτης, ο οποίος έχει την ιδιότητα να τονώ-

νει το ανοσοποιητικό σύστημα, την πρώτη γραμμή άμυνας του οργανισμού και να προάγει την καλή λειτουργία του, σε συνδυασμό με τη βιταμίνη D, έχουν προληπτική δράση ενάντια στο κρύωμα και τη γρίπη. Το εκχύλισμα από τη ρίζα της εχινάτσα θεωρείται κατάλληλο για να αποτρέψει τις υποτροπές της γρίπης σε ευαίσθητα άτομα. Τέλος και άλλα προϊόντα όπως αυτά που περιέχουν πρόπολη, βασιλικό πολτό ή ginseng (δεν συνιστάται σε άτομα που παίρνουν αντιπηκτικά, άτομα με υπέρταση, εγκύους και παιδιά), έχουν δράση κατά της κούρασης και ατονίας που συνοδεύει τις εποχιακές λοιμώξεις και φυσικά αναμφισβήτητη είναι η δράση της βιταμίνης C.

### Τα δερμοκαλλυντικά του χειμώνα

Ο χειμώνας και το κρύο επιδρούν δυσμενώς σε ορισμένες ζώνες του σώματος που είναι οι πλέον εκτεθειμένες, όπως το πρόσωπο και τα χέρια. Για την προστασία τους χρειάζεται μια ιδιαίτερη καλλυντική φροντίδα, ενυδατική, προστατευτική και αναπλαστική. Η βαζελίνη, η γλυκερίνη, οι φυτικοί κηροί και τα έλαια, είναι μερικά από τα δραστικά συστατικά τους για την προστασία της επιδερμίδας, ενισχύοντας το υδρολιπιδικό της φράγμα προστασίας. Αλλά και άλλα συστατικά όπως το υαλουρονικό οξύ και η ουρία έχουν ισχυρή ενυδατική δράση. Τα κεραμίδια και οι φυτικές πρωτεΐνες διορθώνουν επίσης τη δομή

της επιδερμίδας, βοηθώντας την να αυξήσει την ικανότητα συγκράτησης νερού. Αλλά ας μην αμελούμε να επισημάνουμε και την κατάλληλη γαληνική μορφή, που εκτός από την άνεση και την ευχαρίστηση χρήσης που προσφέρει, αποτελεί παράλληλα τον φορέα αύξησης της αποτελεσματικότητας των δραστικών συστατικών της κρέμας. Η πρώτη κίνηση προστασίας του δέρματος είναι η φροντίδα υγιεινής που θα πρέπει να είναι απαλή, χωρίς να ξηραίνει το δέρμα και να διατηρεί το φυσιολογικό του pH. Στη συνέχεια είναι η κίνηση φροντίδας και προστασίας από το κρύο.

Το πρόσωπο χρειάζεται μια ενισχυμένη ενυδάτωση. Στο φαρμακείο σας διαθέτετε μια μεγάλη ποικιλία από ενυδατικές κρέμες για όλα τα βαλάντια!

Αλλά και τα χείλη, τα χέρια και τα πόδια χρειάζονται μια ιδιαίτερη φροντίδα τώρα το χειμώνα. Ιδιαίτερα αυτές οι περιοχές στο σώμα μας, δεν έχουν σμηγματογόνους αδένες που προσφέρουν τη φυσική προστασία του σμήγματος. Έτσι ξηραίνονται εύκολα και «σκάνε». Μια μεγάλη επιλογή από Sticks για τα χείλη, κρέμες χεριών και ποδιών που διαθέτουν μια ενισχυμένη λιπαρή φάση, σε συνδυασμό με συστατικά αναδόμησης, προτείνεται από τις εταιρείες δερμοκαλλυντικών του φαρμακείου. ■

**Πόπη Χαραμή**



### Τα ιδιαίτερα δερματολογικά προβλήματα των άκρων το χειμώνα

Το κρύο δε ξηραίνει και αφυδατώνει μόνο το δέρμα αλλά μπορεί να προκαλέσει και σοβαρότερα προβλήματα που συχνά δύσκολα επουλώνονται, όπως οι διαβρώσεις και τα σκασίματα. Άλλα πιο σοβαρά προβλήματα που συμβαίνουν σε ακραίες συνθήκες χαμηλής θερμοκρασίας είναι **οι χιονίστρες** στα δάκτυλα των χεριών και των ποδιών, οι οποίες εκδηλώνονται με ερυθρότητα και επώδυνο οίδημα. Σε τέτοιες περιπτώσεις τα τριχοειδή αιμοφόρα αγγεία συσπώνται έντονα για να αποτρέψουν μια απώλεια θερμότητας σε αυτές τις περιοχές, αλλά και στη μύτη και τα αυτιά. Έτσι ο δερμικός ιστός δεν αιματώνεται καλά και οι χιονίστρες εμφανίζονται, δίνοντας μια αίσθηση έντονου και επώδυνου κρύου, μέχρι την πλήρη αναισθησία της περιοχής. Αλλά και **το σύνδρομο Raynaud**, για παράδειγμα που πλήττει κυρίως τις γυναίκες, εκδηλώνεται με το κρύο στα δάκτυλα των χεριών με κοκκινίλες και πόνο.

Τέλος **η κνίδωση από το κρύο** εκδηλώνεται με κοκκινίλες, οίδημα και κνησμό. Συνήθως εμφανίζεται μετά από ένα χειμερινό μπάνιο στη θάλασσα, την κατανάλωση ενός πολύ κρύου ροφήματος ή μια πολύ απότομη μείωση της θερμοκρασίας.

# Αυτοθεραπεία

## και

## ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ,

Ο δρόμος για  
την ανάπτυξη

τους στο  
Ελληνικό  
Φαρμακείο



♦ Από το **ΓΡΗΓΟΡΗ ΚΑΡΕΛΟ**, Senior Product Manager,  
υπεύθυνο για το OTC χαρτοφυλάκιο στην Johnson & Johnson Hellas Consumer SA

Μέσα σε ένα περιβάλλον μεγάλων αλλαγών και ανακατατάξεων για το Ελληνικό Φαρμακείο, πέρα από τις προφανείς προκλήσεις, υπάρχουν και σημαντικές ευκαιρίες που μπορούμε να εκμεταλλευτούμε.

Ευκαιρίες που αφορούν την πιο αποτελεσματική χρηματοοικονομική διαχείριση του φαρμακείου, την καλύτερη ικανοποίηση του πελάτη μας και ασφαλώς την ανάπτυξη προϊοντικών κατηγοριών πέρα από το συνταγογραφούμενο φάρμακο. Ειδικά όσον αφορά στο τελευταίο, η κατηγορία της αυτοθεραπείας ή των ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ. είναι, από τη φύση της, στην καρδιά του ρόλου του φαρμακοποιού. Είναι η κατηγορία που σας επιτρέπει να εξασκήσετε ολοκληρωμένα το συμβουλευτικό-επιστημονικό σας ρόλο και να αναδειχθείτε περαιτέρω ως ο βασικός πάροχος πρωτοβάθμιας περίθαλψης.

**Η** αυτοθεραπεία πραγματοποιείται ως επί το πλείστον με τη χρήση των ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ σκευασμάτων. Με τον όρο ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ (Μη Συνταγογραφούμενα Φάρμακα) ή παλαιότερα ΜΥ.ΣΥ.ΦΑ (Μη Υποχρεωτικώς Συνταγογραφούμενα Φάρμακα) ή στα Αγγλικά OTC (Over-the-Counter), εννοούμε φάρμακα που είναι εγκεκριμένα για τις ανάγκες της αυτοθεραπείας, χωρίς να είναι απαραίτητη η συνταγή του γιατρού. Πρόκειται για προϊόντα με αποδεδειγμένο προφίλ ασφαλείας και αποτελεσματικότητας που χρησιμοποιούνται για τη θεραπεία κοινών και ήπιων παθήσεων. Καθώς δεν απαιτείται ιατρική συνταγή, βαρύνουσα σημασία έχουν, η ενημέρωση του καταναλωτή και η ενεργή συμβουλή του φαρμακοποιού.

Για την ολοκληρωμένη φροντίδα του πάσχοντα, παράλληλα με τα ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ συχνά συνιστάται και η συμπληρωματική χρήση άλλων μη συνταγογραφούμενων κατηγοριών, όπως τα συμπληρώματα διατροφής/βιταμίνες και τα δερμοκαλλυντικά. «Συγγενή κατηγορία» αποτελούν και τα διαγνωστικά.

### Η αυτοθεραπεία σήμερα στην Ελλάδα

Η αυτοθεραπεία στην Ελλάδα παραμένει σε χαμηλά ποσοστά σε σχέση με άλλες χώρες του Δυτικού Κόσμου. Είναι ενδεικτικό ότι τα ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ αντιπροσωπεύουν μόνο το 7% των συνολικών πωλήσεων του φαρμακείου, ποσοστό το οποίο είναι το μισό από τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό μέσο όρο (15%). Επίσης, η κατά κεφαλήν κατανάλωση ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ στην Ελλάδα είναι από τις χαμηλότερες στην Ευρώπη.

Οι βασικοί λόγοι αυτής της υστέρησης είναι:

- Η ελλιπής ενημέρωση του κοινού σχετικά με την αντιμετώπιση κοινών παθήσεων.
- Τα επακόλουθα χαμηλά επίπεδα χρήσης ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ προϊόντων. Ενδεικτικά 4 στους 10 που πάσχουν από κρυολόγημα και 6 στους 10 που πάσχουν από διάρροια, δεν λαμβάνουν κάποια φαρμακευτική θεραπεία.
- Οι πολύ χαμηλές τιμές όλων των προϊόντων αυτοθεραπείας. Ως γνωστόν, και οι τιμές των ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ παραμένουν από τις χαμηλότερες στην Ευρώπη.
- Η περιορισμένη εστίαση του φαρμακείου στην κατηγορία της αυτοθεραπείας. Είναι ενδεικτικό ότι ελάχιστα φαρμακεία έχουν χώρο προβολής των προϊόντων αυτοθεραπείας. Μάλιστα 8 στα 10 OTC προϊόντα βρίσκονται μέσα στη συρταριέρα!

### Οι σημερινές συνθήκες ευνοούν την αυτοθεραπεία

Σήμερα, πλήθος παραγόντων συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξη της τάσης για αυτοθεραπεία. Αυτό συμβαίνει διότι όλοι οι μετέχοντες στο σύστημα υγείας έχουν ρόλο σε αυτό.

### ΒΑΣΙΚΟΤΕΡΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΥΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ή ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ

- Προϊόντα για παθήσεις του ανώτερου αναπνευστικού (όπως βήχας, συνάχι, πονόλαιμος, κρυολόγημα),
- Για τον πόνο και τον πυρετό,
- Για διάφορες δερματικές παθήσεις (όπως μύκητες, τοπικές μολύνσεις, τριχόπτωση),
- Για παθήσεις του γαστρεντερικού (όπως διάρροια, δυσκοιλιότητα, καούρα).

Αυτές είναι και οι σημαντικότερες κατηγορίες, τόσο στην Ευρώπη, όσο και τον υπόλοιπο κόσμο.

Ο **σύγχρονος ασθενής – καταναλωτής** ζει σε ένα ολοένα και περισσότερο απαιτητικό περιβάλλον. Καλείται να είναι υγιής και να ανταποκρίνεται στις επαγγελματικές του υποχρεώσεις μέχρι την 7<sup>η</sup> δεκαετία της ζωής του, ενώ επιθυμεί να είναι κοινωνικά δραστήριος για ακόμη μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Στην προσπάθεια να μειώσει τα έξοδά του, αποφεύγει ολοένα και περισσότερο τις επισκέψεις στο γιατρό για ήπια προβλήματα υγείας. Αναζητά εναλλακτικές πηγές ενημέρωσης που θα τον βοηθήσουν να προβεί σε αυτοθεραπεία, όπως το φαρμακείο και το διαδίκτυο.

Ο **φαρμακοποιός** δέχεται σήμερα μεγάλες πιέσεις από την αγορά του συνταγογραφούμενου φαρμάκου (Rx), λόγω της μείωσης των τιμών και της μείωσης του αριθμού των συνταγών, γεγονός που καθιστά επιβεβλημένη την ανάπτυξη άλλων κατηγοριών. Τα OTC είναι μία αγορά, η οποία παρουσιάζει μεγάλη ευκαιρία για ανάπτυξη πωλήσεων και κερδοφορίας με παράλληλη ενίσχυση της σχέσης με τον πελάτη, καθώς ο φαρμακοποιός ολοένα και περισσότερο θα υποκαθιστά το ρόλο του γιατρού στις ήπιες παθήσεις.

Οι **εταιρίες του χώρου** καθιστούν τα φαρμακευτικά τους προϊόντα περισσότερο προσβάσιμα στο ευρύ κοινό, μέσω της αλλαγής status φαρμάκων από Rx σε OTC (switch) και με ενέργειες απευθείας προβολής προς το κοινό, τόσο μέσα στο φαρμακείο, όσο και χρησιμοποιώντας παραδοσιακά και σύγχρονα μέσα ενημέρωσης. Συμβάλλουν έτσι στο να αυξηθεί η γνώση του κοινού για τις διάφορες ήπιες παθήσεις, να ενισχυθεί η ζήτηση για τις σχετικές θεραπείες και να βελτιωθεί η εικόνα αυτών των κατηγοριών μέσα στο φαρμακείο.

Το **κράτος**, ανάμεσα στα υπόλοιπα μέτρα, περιορίζει το κόστος της κρατικής δαπάνης για την υγεία, μέσα από την επέκταση της Αρνητικής Λίστας σε πολλές κατηγορίες συνταγογραφούμενων φαρμάκων, τα οποία σταματούν να αποζημιώνονται. Πολλά από αυτά τα προϊόντα, στη συνέχεια αλλάζουν status σε OTC, για να αντισταθμίσουν τις σχετικές απώλειες συνταγών με την ανάπτυξη τους μέσα από την απευθείας επικοινωνία τους στον καταναλωτή.

Οι παραπάνω συνθήκες φαίνεται ότι θα ενταθούν στο άμεσο μέλλον, αλλάζοντας σημαντικά το ρόλο της αυτοθεραπείας στην Ελλάδα, αλλά και την ίδια τη φύση των υπηρεσιών του φαρμακείου.

## Ο δρόμος προς την ανάπτυξη

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, μια σειρά από ενέργειες μπορούν να συμβάλλουν στην αλματώδη ανάπτυξη της αυτοθεραπείας στο φαρμακείο σας, μέσα στα επόμενα χρόνια.

Είναι πολύ πιθανό ότι θα χρειαστεί να αλλάξετε:

- Τον τρόπο οργάνωσης του φαρμακείου σας,
- Τις υπηρεσίες που προσφέρετε,
- Τη διαχείριση των ασθενών-πελατών σας και φυσικά,
- Να ενισχύσετε τις γνώσεις σας σε επιστημονικό και επιχειρηματικό επίπεδο.

Δημιουργήστε λοιπόν ένα ξεκάθαρο όραμα για το ρόλο του δικού σας φαρμακείου στη νέα εποχή, θέστε ξεκάθαρες προτεραιότητες και προγραμματίστε συγκεκριμένες δράσεις για να φτάσετε εκεί.

## Ενέργειες «κλειδιά» που θα ενισχύσουν την αυτοθεραπεία στο φαρμακείο σας

### 1. Επικεντρωθείτε σε στρατηγικά προϊόντα και κατηγορίες

Όπως και σε όλες τις κατηγορίες, έτσι και στα ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ είναι σημαντική η επικέντρωση στις σημαντικότερες κατηγορίες και στα σημαντικότερα προϊόντα σε κάθε κατηγορία. Εστιάστε λοιπόν σε αυτές που αναφέρθηκαν παραπάνω, αλλά και σε μικρότερες κατηγορίες που παρουσιάζουν ή αναμένετε να εμφανίσουν σημαντική ανάπτυξη (π.χ. θεραπείες διακοπής καπνίσματος, αντιμετώπιση ή πρόληψη των αλλεργιών).

Επίσης, ενώ πολλές ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ κατηγορίες πραγματοποιούν χαμηλούς τζίρους λόγω των χαμηλών τιμών, εμφανίζουν πολύ μεγάλο όγκο πωλήσεων σε τεμάχια (π.χ. αντιμετώπιση της διάρροιας). Οι συγκεκριμένες κατηγορίες βοηθούν σημαντικά τις πωλήσεις στο φαρμακείο σας και σας παρέχουν παράλληλα την ευκαιρία για συνδυαστικές πωλήσεις. Όσον αφορά την επιλογή προϊόντων, μπορείτε να εστιάσετε σε προϊόντα που κατέχουν ηγετικά μερίδια, δυνατά brand names, σας παρέχουν σημαντικές ενέργειες υποστήριξης, και διατίθενται από εταιρίες με τις οποίες έχετε στρατηγική σχέση συνεργασίας.

Αρκετά προϊόντα αυτοθεραπείας κυκλοφορούν εδώ και αρκετά χρόνια, για αυτό είναι σημαντικό να παραμένετε ενήμεροι για νέα λανσαρίσματα που φέρνουν νέα οφέλη στους ασθενείς σας (π.χ. νέες πιο εύκολες στη χρήση μορφές, νέα προϊόντα με συμπληρωματική ή ενισχυμένη δράση).

### 2. Διευκολύνετε την Πρόσβαση και Προβολή προϊόντων

Παρόλο που τα ΟΤC αντιπροσωπεύουν το 7% των πωλήσεων του φαρμακείου, σε επίπεδο προβολής αντι-

προσωπεύουν πολύ λιγότερο. Συνήθως υπάρχουν 1-2 stand στον πάγκο του φαρμακείου, ενώ όλα τα υπόλοιπα βρίσκονται στα ράφια πίσω από τον πάγκο και, κυρίως, στα συρτάρια!

Γνωρίζοντας ότι οι αποφάσεις των αγοραστών επηρεάζονται σε πολύ μεγάλο βαθμό από την οπτική προβολή μέσα στο φαρμακείο και ότι, ειδικά στις κατηγορίες των ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ οι πάσχοντες αναζητούν ενημέρωση, θα έχετε μεγάλο όφελος ενισχύοντας δραστηρικά την επικοινωνία τους.

### «Χτίστε» την κατηγορία των ΟΤC στα ράφια σας

- Επιλέξτε έναν κατάλληλο χώρο, με υψηλή κυκλοφορία πελατών, κοντά στον πάγκο εξυπηρέτησης.
- Αφιερώστε έναν ικανοποιητικό χώρο προβολής για να τοποθετήσετε τις σημαντικότερες κατηγορίες (τουλάχιστον το 20-30% των ραφιών σας).
- Χρησιμοποιήστε σήμανση που να επικοινωνεί ξεκάθαρα ότι πρόκειται για τον τομέα **«Φροντίδας της Υγείας»**.
- Διαχωρίστε την κάθε υποκατηγορία με βάση την πάθηση, χρησιμοποιώντας αντίστοιχους τίτλους και εικαστικά στους δείκτες ραφιών.
- Ανάλογα με την εποχικότητα, μπορείτε να προωθήτε περισσότερο κάποιες υποκατηγορίες με ειδικά υλικά και επιπλέον χώρο.
- Συνεργαστείτε με τις εταιρίες του χώρου για συμβουλές υλοποίησης και merchandising.

### 3. Συνδυάστε την αυτοθεραπεία με «Συγγενείς κατηγορίες».

Δίπλα στα ράφια προβολής των ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ θα μπορούσατε να τοποθετήσετε τις «συγγενείς κατηγορίες» των διαγνωστικών και των συμπληρωμάτων διατροφής. Αυτό θα βοηθήσει στις συνδυαστικές πωλήσεις, καθώς πολύ συχνά αυτές οι 3 κατηγορίες συνδυάζονται.

**4. Χρησιμοποιήστε τον πάγκο σας** για να δημιουργήσετε ένα 2<sup>ο</sup> σημείο προβολής των ΟΤC και να καταφέρετε συμπληρωματικές, αυθόρμητες αγορές. Προτιμήστε σχετικά λίγα και ξεκάθαρα μηνύματα στον πάγκο σας. Μπορείτε να θέσετε εποχιακές προτεραιότητες και δώσετε έμφαση σε ΟΤC διαφημιζόμενα προϊόντα. Φροντίστε να κρατήσετε ισορροπία ανάμεσα στην προβολή των ΟΤC, των Καλλυντικών και των Συμπληρωμάτων διατροφής χωρίς να φορτώνετε το πάγκο εξυπηρέτησης με πολλά stands.

### 5. Εκμεταλλευτείτε τα 3 σημεία προβολής στο φαρμακείο

- Βιτρίνα,
- Stands εδάφους ή γόνδολες προβολής,
- Κρεμαστά banners πίσω από τον πάγκο ή θρόνη προβολής μηνυμάτων ειδικά για τα διαφημιζόμενα ΟΤC.



# Pharma Academy | 2013

Johnson & Johnson  
CONSUMER AE

## Πρόγραμμα επιστημονικής και επιχειρηματικής κατάρτισης φαρμακοποιού

### Η γνώση οδηγεί το φαρμακοποιό στη νέα εποχή

Το φαρμακείο βρίσκεται σε μια δίνη αλλαγών. Σε αυτό το περιβάλλον ασάφειας, **κερδισμένος** θα είναι ο **φαρμακοποιός** που θα καταφέρει να αναδειχθεί σε έναν ολοκληρωμένο σύμβουλο υγείας και έναν καταρτισμένο επιχειρηματία.

Η Johnson & Johnson Hellas Consumer συνεχίζει να βρίσκεται στο πλευρό του φαρμακοποιού με το Pharma Academy, το μοναδικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα που ενισχύει τόσο την επιστημονική όσο και την επιχειρηματική του γνώση, με έμφαση το χώρο της «αυτοθεραπείας», των ΜΗΣΥΦΑ και της Προσωπικής Περιποίησης.

Η γνώση οδηγεί στην ανάπτυξη

# Johnson & Johnson

CONSUMER AE

Τα τελευταία χρόνια, το **Pharma Academy** έχει πραγματοποιήσει εκπαιδευτικά σεμινάρια σε όλη την Ελλάδα με τη συμμετοχή 2.000 φαρμακοποιών.

9 στους 10 δηλώνουν πολύ ικανοποιημένοι από την ποιότητα των σεμιναρίων & θεωρούν το περιεχόμενο πολύ χρήσιμο και πρακτικό για την αποτελεσματική διαχείριση του φαρμακείου και των πελατών τους.

Το **Pharma Academy** συνεχίζει το 2013 με 3 νέους κύκλους σεμιναρίων, ανανεωμένη θεματολογία με βάση τις δικές σας ανάγκες και συνεργασία με τους πλέον καταρτισμένους ομιλητές

Ενημερωθείτε πρώτοι & δηλώστε συμμετοχή στο [www.pharma-academy.gr](http://www.pharma-academy.gr)



nicorette® Regaine® Daktarin® Imodium® Hexalen® Fungoral® Cilroton® Vispring® Livostin®



Aveeno®  
ACTIVE NATURALS®

Neutrogena®

Compeed®

K-Y®  
BRAND

## Συμβουλευτικές υπηρεσίες και διαχείριση πελάτη

Ο φαρμακοποιός έχει δύο κύριους ρόλους στη διαχείριση του πελάτη στην αυτοθεραπεία:

1. Να κάνει τη διάγνωση με στόχο να αποφύγει τυχόν επιδείνωση της κατάστασης της υγείας του ασθενή και φυσικά,
2. Να πιστοποιήσει ότι η αυθόρμητη επιλογή του πελάτη σε ένα ζητούμενο OTC σκεύασμα είναι η σωστή.



### Υποδεχθείτε τους πελάτες σε έναν κατάλληλο χώρο

Μπροστά από τα ράφια των OTC, μπορείτε να δημιουργήσετε έναν ειδικό χώρο «Φροντίδα της Υγείας» (health care center). Σε αυτόν, ο υπεύθυνος OTC του φαρμακείου θα μπορεί να αφιερώσει χρόνο στον πελάτη-ασθενή, ως μια μικρογραφία της πρακτικής σε ένα ιατρείο.

### Συλλέξτε πληροφορίες

- Είναι σημαντικό να ενημερωνόμαστε για τη συνολική κατάσταση της υγείας του πελάτη (διατροφή, τρόπος ζωής) και να ζητάμε σύντομο ιατρικό ιστορικό. Αυτό πρέπει να το συνηθούμε και να το συμβουλευόμαστε σε κάθε νέα επίσκεψη του. Η τήρηση φακέλου πελάτη μπορεί να γίνει πολύ απλά με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή και πρόγραμμα για διαχείριση βάσης δεδομένων (ακόμη και ένα από excel).
- Ακούστε προσεκτικά τον πελάτη
- Προσδιορίστε αν σας ζητά κάποια συμβουλή ή κάποιο φάρμακο που έχει ήδη ξαναπάρει και γνωρίζει.
- Θέστε τις κατάλληλες ερωτήσεις: «Για ποιον είναι το φάρμακο;», «Τι ηλικία έχει ο ασθενής;», «Τι ακριβώς αισθάνεστε;», «Από πότε έχετε αυτά τα συμπτώματα;», «Τι έχετε κάνει μέχρι τώρα;», «Έχετε κάποια χρόνια πάθηση;», «Παίρνετε άλλα φάρμακα;»

### Προτείνετε το κατάλληλο σκεύασμα OTC, ή παραπέμψτε αν κρίνετε στο γιατρό

Είναι πολύ σημαντικό να δώσουμε έμφαση στην ενημέρωση του πελάτη για το δοσολογικό σχήμα της θεραπείας, τις πιθανές παρενέργειες και προφυλάξεις, καθώς και να προσφέρουμε συμπληρωματικές συμβουλές που αφορούν το συνολικό τρόπο ζωής του. Σε αυτό το πλαίσιο, μπορούμε να του προτείνουμε και συμπληρωματικά προϊόντα (π.χ. βιταμίνες, δερμοκαλλυντικά).

### Κλείστε τη πώληση

Αφού βεβαιωθείτε ότι ο ασθενής τα έχει καταλάβει καλά όλα, κλείστε τη συζήτηση δίνοντας στο πάσχοντα ενημερωτικό υλικό που αφορά την πάθησή του και προσκαλώντας τον να επικοινωνήσει μαζί σας για την πορεία της κατάστασής του αν επιθυμεί.



## 6. Επιλέξτε τα κατάλληλα ενημερωτικά υλικά.

Βασική προϋπόθεση για ανάπτυξη της αυτοθεραπείας είναι η ενημέρωση. Φροντίστε να διαθέτετε ενημερωτικά υλικά για τους πελάτες σας με τις βασικές οδηγίες για κάθε πάθηση (αιτιολογία, διάγνωση και εξέλιξη, αντιμετώπιση, οδηγίες πρόληψης μετά τη θεραπεία). Μπορείτε να δημιουργήσετε μόνοι σας τέτοια φυλλάδια σε απλή μορφή (μονόφυλλο με 10 βασικές συμβουλές) ή να τα προμηθευτείτε από τις εταιρίες του κλάδου.

## Εμπλουτίστε τις γνώσεις σας

Ο δικός σας ρόλος και ο ρόλος των υπαλλήλων σας θα γίνεται ολοένα δυσκολότερος, απέναντι στους ολοένα και πιο απαιτητικούς πελάτες σας. Θα χρειαστεί λοιπόν να είστε πολύ καλά εκπαιδευμένοι πάνω στις κατηγορίες των OTC, να είστε σε θέση να διαγνώσετε απλές ήπιες παθήσεις, να εντοπίσετε περιστατικά που χρήζουν ιατρικής παραπομπής (red flags), να ενημερώσετε για τις εναλλακτικές θεραπείες και να προτείνετε την κατάλληλη. Να συμβουλευέστε για τη σωστή χρήση των προϊόντων και για συμπληρωματικά μέτρα φροντίδας/αποφυγής της υποτροπής.

Φροντίστε λοιπόν να υπάρχει ένας υπεύθυνος στην ομάδα σας για την αυτοθεραπεία και τα OTC σκευάσματα, ο οποίος με την πάροδο του χρόνου θα αποκτά σημαντική εμπειρία και γνώση στο αντικείμενο. Ενημερωθείτε για τα διαθέσιμα OTC σεμινάρια που πραγματοποιούν εταιρίες του χώρου (π.χ. PHARMA ACADEMY από τη Johnson & Johnson), συμβουλευτικές υπηρεσίες του κλάδου (π.χ. Περιοδικό και εκπαιδευτικές εκδηλώσεις του PHARMACY Management ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ), Φαρμακευτικοί Σύλλογοι και Φαρμακευτικές Σχολές. Αρκετά από αυτά διατίθενται δωρεάν ή είναι επιδοτούμενα.

## Φροντίστε την επικοινωνία με τους πελάτες σας

### Σε μόνιμους πελάτες

Φροντίστε να διατηρείτε την επικοινωνία με τους πελάτες σας, σε τακτά χρονικά διαστήματα, μέσω email, sms ή τηλεφώνου. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιήστε τη βάση δεδομένων των πελατών σας, αφού βεβαιωθείτε ότι έχετε λάβει τη συγκατάθεσή τους (ιδανικά από την πρώτη φορά που θα αποθηκεύσετε τα στοιχεία τους). Η επικοινωνία σας μπορεί να αφορά συμβουλές για θέματα υγείας (π.χ. με βάση εποχιακές παθήσεις) ή προωθητικές ενέργειες στο φαρμακείο σας, με βάση το προφίλ τους.

### Σε νέους πελάτες

Είναι σημαντικό και οι νέοι πελάτες σας να ενημερωθούν για τις υπηρεσίες πρωτοβάθμιας περίθαλψης που προσφέρει το φαρμακείο σας. Ο καλά οριοθετημένος χώρος των OTC που περιγράψαμε, θα σας βοηθήσει προς αυτή την κατεύθυνση. Επιπλέον, στην είσοδο του κατα-

στήματος, μπορείτε να διανείμετε ενημερωτικό έντυπο που να συνοψίζει τις υπηρεσίες σας ή να τις προβάλετε σε μια μεγάλη οθόνη στη βιτρίνα ή πίσω από τον πάγκο εξυπηρέτησης.

Αξιολογήστε ποιες ενέργειες είναι πιο σημαντικές για το φαρμακείο σας, τι μπορούν να αποδώσουν, πόσο κοστίζουν και πότε μπορούν να υλοποιηθούν. Αρκετές δεν κοστίζουν σχεδόν τίποτα και απλά απαιτούν τη δική σας ενασχόληση και αλλαγή προτεραιοτήτων.

## Εν κατακλείδι... η αυτοθεραπεία σημαίνει αλλαγή στο φαρμακείο σας, νέες υπηρεσίες και ευκαιρίες, αξιοποιήστε τη λοιπόν!

Στο σύγχρονο κόσμο, το μόνο σίγουρο είναι η αλλαγή... και μάλιστα με ρυθμό που συνεχώς αυξάνεται. Κερδισμένος είναι όποιος αναγνωρίσει τις απειλές και ευκαιρίες που προκύπτουν, προετοιμαζόμενος κατάλληλα για αυτές.

Στο φαρμακείο σήμερα οι αλλαγές είναι πολλαπλές με αποτέλεσμα να χρειάζεται καθαρό μυαλό, μελέτη και έντονη δραστηριοποίηση για να ανταπεξέλθετε. Ανάμεσα στις υπόλοιπες αλλαγές που πρέπει να κάνετε για να σταθείτε στην αγορά του σήμερα και του αύριο είναι η ανάδειξη της αυτοθεραπείας που αποτελεί μια μοναδική ευκαιρία που μπορείτε εύκολα να αξιοποιήσετε.

Ο φυσικός της χώρος είναι το φαρμακείο και εσείς ο ειδικός για να την προωθήσετε! ■

## ΠΡΟΦΙΛ

Ο Γρηγόρης Καρέλος είναι Senior Product Manager, υπεύθυνος για το OTC χαρτοφυλάκιο στην εταιρία Johnson & Johnson Hellas Consumer SA, όπου εργάζεται τα τελευταία 6 χρόνια. Είναι κάτοχος του προπτυχιακού τίτλου «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία» από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, και του μεταπτυχιακού τίτλου «International MBA» με αριστείο και υποτροφία, από το ίδιο πανεπιστήμιο.

# Η τερηδόνα στην Ελλάδα

## και ο ρόλος του φαρμακείου στην πρόληψή της

Γνωρίζοντας το πρόβλημα της τερηδόνας και τους παράγοντες κινδύνου, ο φαρμακοποιός με τη συμβουλή του μπορεί και οφείλει να αναλάβει ενεργό ρόλο στην πρόληψη.



♦ Από τον κ. **ΛΕΩΝΙΔΑ ΠΕΤΕΙΝΑΤΟ**,  
Professional Business Manager Νοτιανατολικής Ευρώπης της Colgate Palmolive\*

### Τι είναι η τερηδόνα;

Η τερηδόνα είναι μία νόσος που καταστρέφει τους σκληρούς ιστούς των δοντιών - αδαμαντίνη (σμάλτο) και οδοντίνη. Συγκεκριμένα, είναι η απώλεια αλάτων από τις επιφάνειες των δοντιών που προκαλείται από τα οξέα που παράγονται από τα μικρόβια του στόματος.

Αν η τερηδόνα δεν αντιμετωπιστεί έγκαιρα, μπορεί να εξελιχθεί και να οδηγήσει στην πλήρη καταστροφή του δοντιού, με συνέπεια την απώλειά του.

Στα αρχικά στάδια σχηματίζονται λευκές κηλίδες πάνω στα δόντια, συχνά κοντά στη γραμμή των ούλων, που είναι σημάδι ότι έχει αρχίσει η απώλεια αλάτων από τα δόντια. Σ' αυτό το στάδιο, η αρχική αυτή τερηδονική βλάβη μπορεί να αποκατασταθεί. Αν όμως δεν αντιμετωπιστεί έγκαιρα, τότε τα άλατα συνεχίζουν να χάνονται και σχηματίζεται κοιλότητα (τρύπα), η οποία μπορεί να αποκατασταθεί μόνο με σφράγισμα.

Σύμφωνα με τις σύγχρονες επιστημονικές αντιλήψεις, η έναρξη αλλά και ο ρυθμός εξέλιξης της τερηδόνας οφείλονται στην αλληλεπίδραση διαφόρων παραγόντων.

Οι κυριότεροι παράγοντες είναι:

- Τα βακτήρια που προσκολλώνται πάνω στα δόντια (πλάκα)
- Η συχνότητα κατανάλωσης ζαχαρούχων τροφών
- Η ανθεκτικότητα αυτού του ίδιου του δοντιού

### Μορφές της τερηδόνας

Η τερηδόνα προσβάλλει άτομα όλων των ηλικιών, παιδιά και ενήλικες και εμφανίζεται με τις ακόλουθες μορφές:

**Τερηδόνα της μύλης:** η πιο κοινή μορφή τερηδόνας που πλήττει παιδιά και ενήλικες και εμφανίζεται στις λείες επιφάνειες, στις μασπτικές επιφάνειες και στις περιοχές ανάμεσα στα δόντια (μεσοδόντια διαστήματα και σημεία που συγκλίνουν τα δόντια).

**Τερηδόνα των ριζών:** καθώς μεγαλώνουμε, τα ούλα υποχωρούν και εκτίθεται η ρίζα, η οποία δεν καλύπτεται από το σμάλτο (αδαμαντίνη) και είναι περισσότερο ευάλωτη στην τερηδόνα.

**Τερηδόνα των άκρων των παλιών σφραγισμάτων:** εμφανίζεται γύρω από τα παλιά σφραγίσματα ή τις προσθετικές εργασίες. Στα σημεία αυτά συσσωρεύεται πλάκα η οποία με τον καιρό δημιουργεί τερηδόνα.

Η τερηδόνα απειλεί σοβαρά τα δόντια. Εάν δεν αντιμετωπιστεί μπορεί να καταστρέψει τα δόντια, να απονεκρώσει τα ευαίσθητα νεύρα που βρίσκονται στο κέντρο τους και να δημιουργήσει απόστημα, δηλαδή ενδοδοντική μόλυνση. Το απόστημα αντιμετωπίζεται μόνο με ενδοδοντική θεραπεία, χειρουργική επέμβαση ή εξαγωγή του δοντιού.

### Παράγοντες κινδύνου για ανάπτυξη τερηδόνας

Ο άνθρωπος όταν γεννιέται δεν διατρέχει κανένα κίνδυνο για τερηδόνα αφού δεν έχει καθόλου τερηδογόνα βακτήρια. Αυτά θα τα αποκτήσει κατά κύριο λόγο από τη μαμά ή όποιον άλλο φροντίζει το βρέφος. Η συνήθεια να δοκιμάζουμε το φαγητό του παιδιού ή όταν τα κεράκια του θα μπουν στο στόμα μας αρκούν για να εγκατασταθούν τα βακτήρια της τερηδόνας στο νέο τους περιβάλλον. Από εκεί και πέρα ο κίνδυνος εξέλιξης της νόσου θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες.

Ίσως ο σημαντικότερος παράγοντας που οδηγεί σε τερηδόνα είναι η **ελλιπής στοματική υγιεινή**. Το σωστό και τακτικό βούρτσισμα με φθοριούχο οδοντόκρεμα, η χρήση νήματος και φθοριούχων στοματικών διαλυμάτων, αλλά και οι τακτικές επισκέψεις στον οδοντίατρο μειώνουν σε μεγάλο βαθμό τον κίνδυνο ανάπτυξης τερηδόνας. Εκτός της υγιεινής άλλος βασικός παράγοντας είναι η **ηλικία**. Τα μικρά παιδιά διατρέχουν μεγαλύτερο κίνδυ-



νο για τερηδόνα γιατί τα νεογιλά δόντια είναι περισσότερο πορώδη από τα μόνιμα και έχουν μειωμένη ικανότητα βουρτσίσματος. Ο κίνδυνος αυξάνεται όταν υπάρχει ανεπαρκής βοήθεια και επίβλεψη του βουρτσίσματος από τους γονείς. Να σημειώσουμε ότι οι γονείς λειτουργούν ως πρότυπα συμπεριφοράς ακόμα και στη στοματική υγιεινή. Γονείς με ελλιπή στοματική υγιεινή και προβλήματα τερηδόνας, ανατρέφουν παιδιά με επίσης πολλά προβλήματα στοματικής υγείας.

Άλλοι παράγοντες που αυξάνουν τον κίνδυνο για τερηδόνα είναι η **ορθοδοντική θεραπεία** και η **ξηροστομία**. Τα ορθοδοντικά «σιδεράκια» εμποδίζουν τη σωστή απομάκρυνση της πλάκας, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται εστίες τερηδόνας κυρίως ανάμεσα στα ούλα και γύρω από τα άγκιστρα που είναι προσκολλημένα σε αυτά. Το αποτέλεσμα είναι ότι αν δεν γίνει σωστή πρόληψη το παιδί ή ο ενήλικας μετά από πολλούς κόπους και χρήματα, ενδεχομένως να χρειαστεί να κάνει ειδικά και δαπανηρά σφραγίσματα πάνω στο νεοαποκτηθέν ίδιο χαμόγελο. Από την άλλη πλευρά η μειωμένη ροή σάλιου οδηγεί σε ξηροστομία. Πέρα από το ενοχλητικό αίσθημα καύσου, το στόμα στερείται τις ευεργετικές ιδιότητες του σάλιου στην πρόληψη της τερηδόνας. Τα δόντια εκτίθενται περισσότερο σε επιθέσεις οξέων, ενώ ταυτόχρονα μειώνεται σημαντικά η επαναλάτωση και τελικά επικρατεί η τερηδόνα. Άτομα με έντονη ξηροστομία λόγω π.χ. μη ελεγχόμενου σακχαρώδους διαβήτη ή ογκολογικής θεραπείας, μπορεί να αντιμετωπίσουν πολυτερηδονισμό και σημαντική απώλεια αριθμού δοντιών, αν δεν ακολουθήσουν εντατικό πρόγραμμα πρόληψης και θεραπείας.

Γενικότερα θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε τους παράγοντες κινδύνου για τερηδόνα στις παρακάτω τρεις κατηγορίες:



**Ιατρικές-Οδοντιατρικές Θεραπείες:**

Ορθοδοντική θεραπεία, Χημειοθεραπεία ή ακτινοθεραπεία, Πολλαπλές αποκαταστάσεις δοντιών (γέφυρες, θήκες, εμφυτεύματα), Εκτεθειμένες επιφάνειες ριζών λόγω περιοδοντικής θεραπείας, Φαρμακευτική αγωγή (π.χ. αντιυπερτασικά, αντικαταθλιπτικά κ.α.).

**Συμπεριφορά ατόμου:**

Κακή στοματική υγιεινή, Παρατεταμένη χρήση μπιμπερό με ζαχαρούχα ροφήματα, Ιστορικό κακής στοματικής υγείας της οικογένειας, Εκτεθειμένες επιφάνειες ριζών λόγω λανθασμένου τρόπου βουρτσίσματος ή περιοδοντικής νόσου, Εθισμός σε αλκοόλ ή ναρκωτικά, Μη τακτική οδοντιατρική φροντίδα, Τερηδονογόνος δίαιτα πλούσια σε σάκχαρα και υδατάνθρακες.

**Άλλοι παράγοντες:**

Σωματική ή νοητική υστέρηση, Υψηλός αριθμός τερηδονογόνων μικροβίων, Αναπτυξιακές ή επίκτητες βλάβες της αδαμαντίνης, Γενετικές ανωμαλίες των δοντιών.

**Ποιους αφορά η τερηδόνα;**

Η τερηδόνα αφορά όλους μας ανεξαρτήτως ηλικίας. Είναι λάθος να τη θεωρούμε ως κάτι που αφορά μόνο τα παιδιά. Σίγουρα τα παιδιά διατρέχουν μεγάλο κίνδυνο αλλά και οι ενήλικες, ανάλογα με τις συνθήκες τους και την ηλικία τους, κινδυνεύουν σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα, σύμφωνα με την πιο πρόσφατη επιδημιολογική έρευνα της Ελληνικής Οδοντιατρικής Ομοσπονδίας (ΕΟΟ) με την υποστήριξη της Colgate, το πρόβλημα της τερηδόνας είναι αρκετά μεγάλο.

**Ποια είναι η επίπτωση της τερηδόνας στην Ελλάδα;**

	Ηλικιακές Ομάδες				
	5 ετών	12 ετών	15 ετών	35-44 ετών	65-74 ετών
% με τερηδόνα*	42,8	62,9	71,1	99,7	100
% χρειάζονται θεραπεία*	40,9	44,7	52,2	42,5	50,3

**\* Επιδημιολογική Έρευνα ΕΟΟ, 2005**

Από την έρευνα προκύπτει ότι πάνω από τα μισά παιδιά και όλοι οι ενήλικες έχουν αντιμετωπίσει ή αντιμετωπίζουν πρόβλημα τερηδόνας. Ο μισός περίπου πληθυσμός του δείγματος, με μικρές διαφορές ανά ηλικιακή ομάδα, έχει ανάγκη θεραπείας της τερηδόνας. Υψηλότερα ποσοστά παρατηρήθηκαν στον αγροτικό πληθυσμό και στα παιδιά των οποίων οι γονείς είχαν χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης. Για παράδειγμα η ομάδα αναλφάβητοι/δημοτικού ηλικίας 35-44, έχουν κατά μέσο όρο 2,68 τερηδονισμένα δόντια, ενώ άτομα με ανώτερη/ανώτατη εκπαίδευση της ίδιας ηλικιακής ομάδας έχουν μόνο 1,28. Επίσης τα άτομα χαμηλότερου κοινωνικοοικονομικού επιπέδου, έχουν περισσότερες αθεράπευτες ανάγκες αλλά και η θεραπεία που ακολουθούν όταν την επιζητούν είναι η χειρότερη (εξαγωγές) ως οικονομικότερη. Έτσι για παράδειγμα, οι αναλφάβητοι/δημοτικού, ηλικίας 65-74 ετών είχαν κατά μέσο όρο 17,69 εξαχθέντα λόγω τερηδόνας δόντια, όταν το αντίστοιχο νούμερο για τα άτομα ανώτερης/ανώτατης εκπαίδευσης ήταν 13,26.

Συγκρίνοντας την Ελλάδα με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, παρατηρούμε ότι αν και η Ελλάδα για τα 5χρονα παιδιά είναι στην 9η θέση, για τα 12χρονα πέφτει κατακόρυφα και βρίσκεται μαζί με την Ιταλία στην τελευταία θέση μεταξύ των 15 κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (πριν την τελευταία διεύρυνση) και 15η μεταξύ των 25 εταίρων μας στη διευρυμένη Ευρωπαϊκή Ένωση.

**Οι απαραίτητες ενέργειες πρόληψης**

Όλα τα παραπάνω συνηγορούν στο συμπέρασμα ότι στην Ελλάδα το πρόβλημα της τερηδόνας είναι ιδιαίτερα μεγάλο. Η ανάγκη για συντονισμένες ενέργειες είναι επιτακτική.



Προγράμματα ενημέρωσης και βιωματικής διδασκαλίας των παιδιών όπως αυτό που γίνεται στα σχολεία με την εθελοντική δράση οδοντιάτρων της ΕΟΟ, των δασκάλων και με την

υποστήριξη της Colgate αποτελούν ένα παράδειγμα δράσης που έχει φέρει τη στοματική υγεία σε πρώτο πλάνο για περισσότερα από 350.000 παιδιά.

Το φαρμακείο από τη μεριά του οφείλει να μη μείνει αμέτοχο αλλά να αναλάβει ενεργό δράση στην πρόληψη. Ο ρόλος του στη διάδοση του μηνύματος για σωστή στοματική υγιεινή μέσα από την ενημέρωση, αλλά και η προτροπή για χρήση των κατάλληλων προϊόντων, αποτελούν βασικά δομικά συστατικά για καλή δημόσια στοματική υγεία.

### Πώς προλαμβάνεται η τερηδόνα;

Από τους κυριότερους παράγοντες εμφάνισης τερηδόνας είναι οι λεγόμενοι «συμπεριφορικοί». Η βελτίωση της «συμπεριφοράς» του ατόμου σχετικά με τη συχνότητα και ποιότητα στοματικής υγιεινής, αλλά και η κατάλληλη δίαιτα, μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά στην πρόληψη της τερηδόνας.

Βέβαια η καλή στοματική υγιεινή θα πρέπει να συνδυάζεται με τη χρήση φθορίου. Σήμερα γνωρίζουμε ότι το φθόριο είναι το πιο αποτελεσματικό και ασφαλές μέσο που διαθέτουμε για την πρόληψη της τερηδόνας παιδιών και ενήλικων.

Η χρήση του φθορίου ενάντια στην τερηδόνα έχει αποτελέσει πεδίο εκτεταμένης έρευνας, για περισσότερα από 60 χρόνια και έχουν δημοσιευθεί πάνω από 45.000 επιστημονικά άρθρα. Το φθόριο προστατεύει τα δόντια από την καταστροφή που προκαλούν τα οξέα που σχηματίζονται από τα μικρόβια της πλάκας με δύο βασικούς τρόπους:

1. Συμβάλλει στη μείωση της απώλειας αλάτων από τα δόντια
2. Προάγει την επανόρθωση (επαναλάτωση) της αρχικής τερηδονικής βλάβης

Η ευεργετική δράση του φθορίου επιτυγχάνεται με το σχηματισμό μιας δεξαμενής φθορίου πάνω στα δόντια, απ' όπου το φθόριο απελευθερώνεται κάθε φορά που τα δόντια δέχονται επίθεση από τα οξέα.

Έτσι, η αδαμαντίνη (σμάλτο των δοντιών) γίνεται πιο σκληρή και ανθεκτική ενάντια στα τερηδονογόνα οξέα που παράγονται από τα μικρόβια μέσα στο στόμα μας.

### Πώς να αναγνωρίσω τους πελάτες μου με κίνδυνο για τερηδόνα;

Καθημερινά επισκέπτονται το φαρμακείο παρά πολλά άτομα που ανήκουν στις κατηγορίες αυτών που χρειάζονται τη συμβουλή σας για τη σωστή πρόληψη της τερηδόνας. Όσο άγνωστος μπορεί να φαίνεται ο τρόπος αναγνώρισης αυτών των περιστατικών, τόσο γνωστά είναι στο φαρμακοποίο τα χαρακτηριστικά τους.

Στον παρακάτω πίνακα αναφέρονται ορισμένες από τις πιο σημαντικές ομάδες ασθενών που επισκέπτονται το φαρμακείο καθημερινά και που αντιμετωπίζουν υψηλό κίνδυνο τερηδόνας.

## Οι συμβουλές «κλειδιά»

### Οι συμβουλές «κλειδιά» για την πρόληψη της τερηδόνας

- Προσεκτικό βούρτσισμα δύο φορές καθημερινά για τουλάχιστον δύο λεπτά, ώστε να απομακρυνθεί η μικροβιακή πλάκα από όλες τις οδοντικές επιφάνειες
- Χρήση φθοριούχου οδοντόκρεμας δύο φορές την ημέρα τουλάχιστον
- Χρήση φθοριούχου στοματικού διαλύματος μία φορά την ημέρα τουλάχιστον
- Χρήση μια φορά την ημέρα οδοντικού νήματος ή μεσοδοντίων βουρτσών, ώστε να απομακρυνθεί η μικροβιακή πλάκα από τις περιοχές ανάμεσα στα δόντια όπου συχνά αναπτύσσονται τερηδονικές κοιλότητες
- Υιοθέτηση ισορροπημένης διατροφής. Αποφυγή των ζαχαρούχων τροφών, κυρίως στα ενδιάμεσα των γευμάτων. Η κατανάλωση ζάχαρης είναι καλύτερα να γίνεται μαζί με τα κυρίως γεύματα ώστε να μειώνεται η έκθεση των δοντιών στα οξέα
- Τακτική επίσκεψη στον οδοντίατρο για έλεγχο, τουλάχιστον μία με δύο φορές το χρόνο. Ο οδοντίατρος μπορεί να προσδιορίσει τον κίνδυνο για εμφάνιση τερηδόνας, καθώς και να αναγνωρίσει τα πρώτα σημάδια τερηδόνας και να προτείνει το κατάλληλο πρόγραμμα πρόληψης και θεραπείας, όπως φθορίωση στο οδοντιατρείο. Η πρώτη επίσκεψη στον παιδοδοντίατρο πρέπει να γίνεται σε μικρή ηλικία μετά την ανατολή των πρώτων δοντιών



Νόσημα/Αγωγή	Κύριο σύμπτωμα	Κίνδυνος για τερηδόνα
Σακχαρώδης διαβήτης	Ξηροστομία	Υψηλός
Αντιυπερτασικά φάρμακα		
Αντικαταθλιπτικά φάρμακα		
Ακτινοθεραπεία κεφαλής/τραχήλου		
Χημειοθεραπεία		

Στον παρακάτω πίνακα αναφέρονται ορισμένες από τις πιο κοινές οδοντιατρικές καταστάσεις που υποδεικνύουν υψηλό κίνδυνο τερηδόνας.

Οδοντιατρική κατάσταση	Κλινικές ενδείξεις	Κίνδυνος για τερηδόνα
Πρόσφατα σφραγίσματα	Υψηλά επίπεδα πλάκας	Υψηλός
Ορθοδοντική θεραπεία	Τερηδονικές βλάβες	
Δυσκολία βουρ- ταίσματος (ΑΜΕΑ)	Ενεργή τερηδόνα	

### Τι προϊόντα να προτείνω στους πελάτες για την πρόληψη της τερηδόνας;

Με όπλα μας τη συμβουλή για επιμελή στοματική υγιεινή, τη συχνή επίσκεψη στον οδοντίατρο και τη σύσταση των κατάλληλων προϊόντων, μπορούμε να βοηθήσουμε για ένα μέλλον με λιγότερη τερηδόνα.

Το φαρμακείο διαθέτει προϊόντα εξειδικευμένα για την πρόληψη και θεραπεία της τερηδόνας για όλες τις ηλικίες. Εταιρίες όπως η Colgate-Palmolive (Duraphat), Pierre Fabre (Elgydium), Omega Pharma (Plac Away) και άλλες, διαθέτουν αποκλειστικά στα φαρμακεία προϊόντα με ειδική σύνθεση για την πρόληψη της τερηδόνας. ■

*\* Οι παραπάνω απόψεις είναι προσωπικές και δεν εκφράζουν τις θέσεις της εταιρίας.*

## Πίνακας κατάλληλων προϊόντων ανά ηλικία και τερηδονικό κίνδυνο

Ηλικία	Τερηδονικός κίνδυνος	Οδοντόκρεμα	Στοματικό διάλυμα
κάτω των έξι ετών	Χαμηλός	Οδοντόκρεμα με φθόριο 1.000ppm (Colgate Smiles 2-6, AIM Junior 2-6)	
	Υψηλός - Απώλεια δοντιών - Σφραγίσματα	Οδοντόκρεμα με φθόριο 1.000ppm (Colgate Smiles 2-6, AIM Junior 2-6)	
από έξι ετών έως 12 ετών	Χαμηλός	Οδοντόκρεμα με φθόριο 1.000 - 1.450ppm (Colgate Smiles 6+, AIM Junior 2-6)	Φθοριούχο στοματικό διάλυμα 225ppm (Elgydium Junior, Colgate Plax, Act, ListerKid)
	Υψηλός - Ορθοδοντική θεραπεία - Πρόσφατα σφραγίσματα	Οδοντόκρεμα με φθόριο 1.000 - 1.450ppm (Colgate Smiles 6+, AIM Junior 2-6)	Φθοριούχο στοματικό διάλυμα 500ppm (από 8 ετών) (Colgate Duraphat)
άνω των 12 ετών και ενήλικες	Χαμηλός	Οδοντόκρεμα με φθόριο 1.450ppm (Colgate Total, Sensodyne Pro Smalto, Oral B Pro Expert, AIM Expert Protection)	Φθοριούχο στοματικό διάλυμα 225ppm (Elgydium, Floika, Colgate Plax)
	Υψηλός - Ορθοδοντική θεραπεία - Πρόσφατα σφραγίσματα - Ξηροστομία - Εκτεθειμένες ρίζες δοντιών	Οδοντόκρεμα με φθόριο 5.000ppm (άνω των 16 ετών) (Colgate Duraphat 5000)	Φθοριούχο στοματικό διάλυμα 500ppm (Colgate Duraphat)

Ανακαλύψτε  
τη νέα διάσταση  
στην προστασία  
από την τερηδόνα



Κλινικά αποδεδειγμένα βελτιώνει  
την πρόσληψη φθορίου στην επιφάνεια του δοντιού.<sup>1</sup>  
Προτείνεται το μοναδικό καθημερινό στοματικό διάλυμα  
με 500ppm φθορίου σε παιδιά ανώ των 8 ετών και σε ενήλικες.

**Colgate Duraphat**® Στοματικό διάλυμα με 500ppm φθορίου

Διατίθεται στα φαρμακεία

1. vs. a 225ppm fluoride mouthwash. Data on file. Colgate-Palmolive. 2012.

**Colgate**

Ο ΣΥΜΜΑΧΟΣ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΚΑΛΗ ΣΤΟΜΑΤΙΚΗ ΥΓΕΙΑ

# Οι νέοι (δεν) γυρίζουν τις πλάτες τους στην Ελλάδα! Μένουμε ή Φεύγουμε;

♦ Από τις **ΔΑΝΑΗ ΓΙΑΝΝΑΡΗ**, Απόφοιτη Φαρμακευτικής σχολής Πατρών  
**ΝΑΤΑΣΑ ΖΑΧΑΡΑΚΗ**, Τελειόφοιτη Φαρμακευτικής σχολής Πατρών





Η Ελλάδα τρώει τα παιδιά της... ή τα δαγκώνει από το λαιμό.  
Μια φράση πιο επίκαιρη από ποτέ που αφελώς πιστεύαμε ότι δεν θα αγγίξει τη δική μας γενιά. Όμως την έχει αγγίξει και μάλιστα πιο πολύ από όσο φαντάζεται κανείς.  
«Γυρνάμε τις πλάτες μας στην Ελλάδα», αυτό λένε πολλοί.

**Λ**ένε ότι δε μπορούμε να το παλέψουμε, ότι έχουμε μάθει στην καλοπέραση και στο αιώνιο φοιτητζίκι. Εμείς όμως λέμε ότι δεν γυρνάμε τις πλάτες μας στην Ελλάδα. Γυρνάμε τις πλάτες μας στις καταστάσεις, στις καταστάσεις που όποιο κι αν έχουν τις ευθύνες (γιατί ένας δεν είναι), είναι εκεί και μας κοιτάνε. Ποιος είπε όμως ότι ο νέος μένει να υποστεί τις συνέπειες πράξεων που δεν είναι δικές του; Ο νέος φεύγει! Και η Ελλάδα χάνει. Κι όποιος λέει ότι η προσφυγή στο εξωτερικό είναι δειλία, ευχαρίστως να του δώσω το πτυχίο μου και τα 23 μου χρόνια για ένα μήνα να μου πει στο τέλος εάν μένει ή αν φεύγει; Εάν δέχεται να ζήσει τα μισά από ότι καλείται να ζήσει ο νέος σήμερα.

Αν κάνουμε μια αναδρομή στη νεότερη ιστορία της Ελλάδας, θα παρατηρήσουμε ότι υπήρξαν αρκετές περιόδους κατά τις οποίες οι Έλληνες αναζήτησαν μαζικά μια καλύτερη τύχη στο εξωτερικό. Αυτές ήταν κυρίως μεταξύ 1900 έως 1960. Τα χρόνια εκείνα, μετανάστευαν νέοι, κυρίως ανειδίκευτοι εργάτες με λίγες ή καθόλου γραμματικές γνώσεις.

Την τελευταία δεκαετία, γινόμαστε μάρτυρες μιας νέας ροής μετανάστευσης. Με τη διαφορά, ότι οι σημερινοί μετανάστες είναι κάτοχοι πτυχίων και μεταπτυχιακών σπουδών και γνώστες ξένων γλωσσών.

Γιατί μαζικοποιείται το φαινόμενο στον 21 αιώνα; Μια απάντηση είναι ότι μπήκαμε στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και ταυτόχρονα άλλαξαν και οι όροι μετανάστευσης στην Ενωμένη Ευρώπη.

Οι προοπτικές του νέου φαρμακοποιού ολοένα και λιγοστεύουν εξαιτίας της παρατεταμένης ύφεσης και παρ' όλες τις προσπάθειες των αισιόδοξων να δώσουν ψυχολογικά κίνητρα, κανείς δεν μπορεί να αδικήσει ένα νέο που απογοητευμένος πλέον επιλέγει τη διέξοδο του εξωτερικού, είτε για σπουδές, είτε για εύρεση εργασίας.

Βέβαια αυτό δεν είναι επιλογή του, αλλά περισσότερο ανάγκη.

Ο νέος αδειούχος φαρμακοποιός θεωρητικά έχει αρκετές επιλογές. Μπορεί να επιλέξει να δουλέψει σε ιδιωτικό φαρμακείο, σε φαρμακείο νοσοκομείου, σε φαρμακευτική βιομηχανία ή να συνεχίσει τις σπουδές του με στόχο την έρευνα, αποκτώντας ακαδημαϊκούς τίτλους, όπως MSc, PhD κλπ. Στην Ελλάδα, μέχρι και πριν λίγα χρόνια γνωρίζαμε ότι η ακαδημαϊκή πορεία ήταν η δυσκολότερη, λόγω της μικρής ανάπτυξης στον τομέα της έρευνας και κατά συνέπεια η επαγγελματική αποκατάσταση δεν ήταν εύκολη υπόθεση.

Σήμερα η απορρόφηση του φαρμακοποιού είναι δύσκολη σε κάθε θέση αγοράς.

## Τι αντιμετωπίζει ο νέος φαρμακοποιός βγαίνοντας στην αγορά εργασίας;

### 1. Φαρμακείο

Για να ανοίξει ένας νέος φαρμακοποιός τη δική του επιχείρηση χρειάζεται τύχη, αρκετά μεγάλο κεφάλαιο και κακά τα ψέματα επιχειρηματικές ικανότητες, τις οποίες αμφισβηλούμε αν έχουν όλοι εκ γενετής ή επίκτητες. Η συνεχής επιβολή νέων μέτρων λιτότητας στη χώρα μας και η δυσκινησία της πολιτείας στην εύρεση πρακτικότερων λύσεων στα προβλήματα του συστήματος υγείας, του προκαλούν αγωνία και αδυναμία προγραμματισμού της ζωής του.

Τα φαρμακεία πλέον αντιμετωπίζουν σοβαρότατα προβλήματα οικονομικής βιωσιμότητας. Τα νέα μέτρα προβλέπουν περικοπές δαπανών σε φάρμακα με στόχο την εξοικονόμηση χρημάτων, αλλά και μείωση στο περιθώριο κέρδους των φαρμακείων, συγχώνευση όλων σχεδόν των ταμείων στον ΕΟΠΠΥ -Εθνικός Οργανισμός Παροχής Υπηρεσιών Υγείας- και ισότιμη πρόσβαση όλων των ασφαλισμένων σε ενιαίο σύστημα παροχής υπηρεσιών υγείας. Παρ' όλα αυτά γινόμαστε μάρτυρες μιας οικονομικής κατάρρευσης του ΕΟΠΠΥ λόγω της μείωσης της κρατικής επιχορήγησης και της σημαντικής υστέρησης των εσόδων, με αποτέλεσμα να μην εξοφλούνται προμηθευτές και συμβεβλημένοι επί μήνες και να συσσωρεύονται χρέη εκατομμυρίων ευρώ, άγνωστο πότε και πως θα εξοφληθούν, οδηγώντας στην εξαθλίωση και των δύο πλευρών.

Όλα αυτά συντελούν στο να απωθούν τους νέους να εργαστούν σε ένα φαρμακείο στη χώρα μας, δεδομένου ότι οι οικονομικές απολαβές τους θα είναι λιγοστές, όχι μόνο σε σχέση με το εξωτερικό αλλά και ως προς το κόστος ζωής εδώ που είναι σε πολύ υψηλά επίπεδα. Ως υπάλληλος ο κάθε νέος φαρμακοποιός με τα παρόντα δεδομένα, ανησυχεί συνεχώς για περαιτέρω «ψαλίδισμα» του ήδη μειωμένου μισθού του, ενώ το αρχικό κεφάλαιο ίδρυσης ενός φαρμακείου φαντάζει δυσπρόσιτο και οι ευκαιρίες εύρεσης του κατάλληλου σημείου μηδανινές, δεδομένης της κληρονομικότητας του επαγγέλματος.

Αναμφισβήτητο δεν είναι όλα περί χρημάτων. Ο νέος εισερχόμενος από την ακαδημία στην αγορά, σε μία εξαθλιωμένη (και που είσαι ακόμα!) αγορά, βλέπει τα όνειρά του

να κινούνται γύρω από το κέρδος και τα ποσοστά. Βλέπει κάθε στρατηγική και επιχειρηματική βλέψη να περιορίζεται από μέτρα και ανοργανωσιά. Και πείτε μου λοιπόν, γιατί ο νέος να τολμήσει να διεκδικήσει μία μερίδα σε μία τέτοια αγορά. Αρκετοί το τολμούν και τους βγάζουμε το καπέλο, καθώς το ρίσκο είναι μεγάλο, αλλά όπως και να έχει το ποσοστό νέων που ανοίγει το δικό του φαρμακείο έχει συρρικνωθεί δραματικά (χωρίς να είναι αυτό απαραίτητα κακό).

## 2. Νοσοκομείο, Βιομηχανία

Οι προσλήψεις σε φαρμακείο δημόσιου νοσοκομείου είναι πλέον σπάνιες και οι οικονομικές απολαβές δεν είναι αντάξιες της προσπάθειας, των γνώσεων και των προσδοκιών ενός απόφοιτου φαρμακευτικής.

Ταυτόχρονα, οι φαρμακευτικές βιομηχανίες προσπαθώντας να μειώσουν τα έξοδά τους, βλέποντας τον τζίρο τους να μειώνεται δραματικά, έχουν επιλέξει εδώ και καιρό την τακτική των απολύσεων ή στην καλύτερη περίπτωση τη μείωση των μισθών, χωρίς όμως παράλληλα να προσλαμβάνουν νέο προσωπικό. Ωστόσο, αξίζει να τονίσουμε ότι αρκετοί φαρμακοποιοί που εργάζονται σε εταιρείες, εγκαταλείπουν τη χώρα αναζητώντας επιστημονική πρόοδο και επαγγελματική εξέλιξη. Αυτό συμβαίνει διότι στην Ελλάδα, πέρα της θέσης του ιατρικού επισκέπτη και τον ποιοτικό έλεγχο σε μια φαρμακευτική εταιρεία, ο νέος φαρμακοποιός δεν μπορεί να ασκήσει τον επιστημονικό του ρόλο σε επίπεδο έρευνας, κλινικής μονάδας και παραγωγής.

Δυστυχώς η Ελλάδα δεν έχει μετακινηθεί στην αλυσίδα παραγωγής της αξίας. Έτσι, υπάρχει περιορισμένη ζήτηση για πτυχιούχους και γίνεται διαρροή εγκεφάλων—φαρμακοποιών στο εξωτερικό. Παράγουμε πολύ περισσότερους πτυχιούχους απ' όσους μπορούμε να καταναλώσουμε.

Η θεωρία λέει ότι το ανθρώπινο δυναμικό είναι καθοριστικό για την ανάπτυξη. Ως χώρα οφείλουμε να σκεφτούμε τη θέση μας στον διεθνή καταμερισμό εργασίας και να παράγουμε προϊόντα και υπηρεσίες που βρίσκονται πιο ψηλά στην αλυσίδα παραγωγής αξίας, δηλαδή που έχουν ενσωματωμένη γνώση, όπως η μελέτη, η παραγωγή και η προώθηση ενός νέου φαρμάκου. Αυτό είναι κάτι μακροπρόθεσμο, όμως μόνο έτσι θα υπάρξει προσφορά εργασίας.

Μέχρι τότε όμως ποιος είναι ο ρόλος και η θέση των νέων;

## 3. Έρευνα

Για να ακολουθήσει ένας νέος φαρμακοποιός επαγγελματική πορεία στην έρευνα, ξεκινά διευρύνοντας τις σπουδές του κάνοντας MSc, PhD κλπ. Τα ήδη απαξιωμένα Ελληνικά Πανεπιστήμια διανύουν την χειρότερη περίοδο τους. Μπορεί να ακούγεται υποτιμητικό αλλά οι αξιολογήσεις στο χώρο των Ελληνικών Πανεπιστημίων δε μας ανεβάζουν και πολύ (μπορεί και καθόλου) στη λίστα των αξιόλογων πανεπιστημίων. Πλέον είναι εξαιρετικά δύσκολο να βρεθούν προγράμματα που θα χρηματοδοτήσουν την έρευνα και εξαιτίας της κακής λειτουργίας των Α.Ε.Ι και της έλλειψης κινήτρων προς τους φοιτητές, αυτοί προσανατολίζονται στα ευρωπαϊκά πανεπιστήμια. Σε όσα από αυτά βρίσκονται σε υψηλή θέση στην λίστα κατάταξης λόγω του

υψηλού επιπέδου σπουδών, της αμεσότερης σύνδεσης (όχι λάθος, της άμεσης θέλαμε να πούμε, γιατί στην Ελλάδα δεν υπάρχει καμία) του πανεπιστημίου με την αγορά εργασίας και της ουσιαστικής προσπάθειας να αξιοποιηθούν τα μυαλά των νέων, οι πόρτες που ανοίγουν για τους αποφοίτους είναι περισσότερες.

Είναι εύκολο λοιπόν να αναρωτηθεί κανείς «και γιατί να μην πάω έξω»;

## 4. Νοοτροπία

Σήμερα στη χώρα μας η περιρρέουσα ατμόσφαιρα της απαισιοδοξίας, της μιζέριας και του φόβου, επηρεάζει αρνητικά τα όνειρα ενός νέου ανθρώπου. Το κλίμα αυτό το βιώνει κατά τη διάρκεια των σπουδών του, αλλά πολύ περισσότερο όταν τις ολοκληρώσει καθώς αυξάνονται οι ευθύνες του απέναντι στην οικογένειά του αλλά κυρίως απέναντι στον εαυτό του. Λόγια όπως: «το σύστημα στην Ελλάδα δεν ενθαρρύνει τους νέους», «δεν βρήκα δουλειά, γιατί δεν είχα γνωριμίες», «εδώ δεν μπορείς να ζήσεις μια αξιοπρεπή ζωή», περιγράφουν την κατάσταση όπως την ζούμε σήμερα εμείς οι νέοι. Δεν είναι κι ότι καλύτερο να σου τσαλακώνουν τα όνειρα τα λάθη και οι τακτικές του παρελθόντος (ας το ονομάσουμε παρελθόν).

Όμως, θέλουμε να ξεφύγουμε από τη γκρίνια του καναπέ και κουρασθήκαμε να βλέπουμε αδιέξοδα και μονόδρομους. Θέλουμε να ξεφύγουμε από τη λογική του βολέματος που επικρατούσε για δεκαετίες. Το κίνητρό μας; Ο καθέννας να ανταμείβεται για την προσπάθειά του και να νιώθει ότι δεν αδικείται από κανένα δήθεν σύστημα και από καμία έλλειψη γνωριμιών. Να πάρουμε τη ζωή στα χέρια μας αξιοκρατικά!

## Η διέξοδος του εξωτερικού

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε πρόσφατα από την Ερευνητική Μονάδα Περιφερειακής Ανάπτυξης και Πολιτικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ο σημαντικότερος λόγος για την αναζήτηση εργασίας στο εξωτερικό είναι οι καλύτερες προοπτικές επαγγελματικής εξέλιξης, η αξιοκρατία στον εργασιακό χώρο, οι οικονομικές απολαβές, το ενδιαφέρον για την εργασία και η απόκτηση περισσότερων και εξειδικευμένων γνώσεων.

Το ενδιαφέρον των νέων μέχρι 25 ετών για σπουδές στη Βόρεια και Δυτική Ευρώπη αυξήθηκε σε σχέση με πέραι κατά 162%. Εντυπωσιακό ε; Εμείς θα το λέγαμε λυπηρό, αλλά τέλος πάντων. Επίσης, οι Έλληνες φοιτητές λόγω της κρίσης αναζητούν υποτροφίες για να χρηματοδοτήσουν τις σπουδές τους και δεν είναι τυχαίο που η αύξηση της ζήτησης υποτροφιών είναι της τάξης του 25%. Φαίνεται να δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση στα αγγλόφωνα πανεπιστήμια και κατευθύνονται κυρίως προς την Ολλανδία, Αγγλία, Σουηδία, Δανία και Γερμανία.

Από εκείνους οι οποίοι δηλώνουν πρόθυμοι να εργαστούν στο εξωτερικό, το 66,4% δηλώνει ότι το κάνει για να έχει καλύτερη ποιότητα ζωής συνολικά, το 44,7% για να βρει μια



ΜΟΝΟ ΣΤΑ  
ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ



ΣΥΝΙΣΤΑΤΑΙ ΑΠΟ  
ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΟΥΣ



PARABENS  
FREE



## HAIR REPAIR

Αναδόμηση των ξηρών μαλλιών για μεταξένια απαλότητα!

Το καθημερινό styling, οι βαφέες, το πιστολάκι, ξηραίνουν τα μαλλιά με αποτέλεσμα να φαίνονται θαμπά και εύθραυστα, να χάνουν τη ζωντάνια τους και να δείχνουν εντελώς αφυδατωμένα.

Το σύστημα Hair Repair της Frezyderm προσφέρει εντατική φροντίδα και πλούσια ενυδάτωση της τρίχας για μαλλιά γεμάτα ζωντάνια και λάμψη!



### HAIR REPAIR SHAMPOO

Προσφέρει απαλό καθαρισμό και εντατική φροντίδα στα ξηρά μαλλιά, ενυδατώνει και αναδομεί την ρίζα σε βάθος και την προστατεύει από τη φθορά.

**Αύξηση της ενυδάτωσης σε βάθος κατά 8%**  
(κλινική μελέτη)



### HAIR REPAIR CONDITIONER

Προσφέρει ενισχυμένη τροφή και ενυδάτωση στα αφυδατωμένα μαλλιά και λειαίνει την ρίζα για εύκολο χτένισμα και εξαιρετική απαλότητα και λάμψη.

**Αύξηση ελαστικότητας και ενυδάτωσης κατά 93%**  
(κλινική μελέτη)



### HAIR REPAIR MASK

Προσφέρει εντατική και ενισχυμένη θρέψη, αναδομεί την τρίχα σε βάθος και αυξάνει την ελαστικότητα και την αντοχή της, μειώνει το φριζάρισμα και χαρίζει μεταξένια απαλότητα.

**Ενίσχυση της τρίχας κατά 44%**  
(μελέτη in vitro)



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΔΕΡΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ  
ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Κεντρικά  
Μενάνδρου 75 / 104 37 Αθήνα  
Τ / 210 5246900 F / 210 5244433

Υποκατάστημα Β. Ελλάδας  
Κων. Καραμανλή 112 / 542 48 Θεσσαλονίκη  
Τ / 2310 327210 F / 2310 327211

info@frezyderm.gr  
www.frezyderm.com  
Τ / 210 5246900



**FREZYDERM**  
DERMOCEUTICALS - PHARMACEUTICALS  
NUTRITION PRODUCTS

καλή δουλειά και το 32,6% για να διασφαλίσει περισσότερη αξιοκρατία στην εξέλιξή του. Μάλιστα, το 60,7% δηλώνει ότι θα προτιμούσε μια θέση εργασίας με προοπτική καριέρας στο εξωτερικό παρά μια μόνιμη θέση εργασίας στον ιδιωτικό ή στο δημόσιο τομέα στην Ελλάδα. Ταυτόχρονα, η συντριπτική πλειονότητα εκείνων που δηλώνουν πρόθυμοι να μεταναστεύσουν, θέτει ως επιδιωκόμενο μισθό ένα ποσό της τάξεως των 1.500 ως 5.000 ευρώ (να μην αναφέρουμε ως παράδειγμα ότι ο βασικός μισθός ανειδίκευτου στην Ολλανδία αγγίζει τα 1.600 ευρώ, καλύτερα ε.).

Οι νέοι επιστήμονες που δοκιμάζουν την τύχη τους στο εξωτερικό, ανήκουν συνήθως στην κατηγορία των αποφοίτων με τα περισσότερα προσόντα (γλώσσες, μεταπτυχιακά). Το 73% από αυτούς έχει μεταπτυχιακό τίτλο, το 51,2% έχει διδακτορικό, ενώ το 41% έχει σπουδάσει στα εκατό καλύτερα πανεπιστήμια του κόσμου. Ακόμη, το 68,4% των πτυχιούχων που εργάζονται στο εξωτερικό, έχει ετήσιο εισόδημα μεγαλύτερο από 40.000 ευρώ. Στην Ελλάδα το ποσοστό των πτυχιούχων που κερδίζουν περισσότερα από 40.000 ευρώ είναι σχεδόν το μισό, δηλαδή 34,4%. Αλλά αναλογικά είναι ακόμα μικρότερο, αν αναλογιστεί κανείς ότι στην Ελλάδα σχεδόν το 50% των νέων είναι άνεργοι.

### Μεταναστεύουν οι ικανότεροι

Η διαφθορά και η έλλειψη αξιοκρατίας στη χώρα μας, αποτελούν ισχυρότατο κίνητρο για να στραφούν οι νέοι σε άλλες χώρες που υπόσχονται ένα πιο δίκαιο επαγγελματικό μέλλον. Εκεί θα μπορεί να αναζητήσει τις ευκαιρίες που αναλογούν στις σπουδές και τα προσόντα του, αλλά πιο πολύ στις προσδοκίες και τα όνειρά του.

Οι περισσότεροι νέοι δηλώνουν απρόθυμοι να εγκαταλείψουν οριστικά τη χώρα τους και καταφεύγουν στο εξωτερικό προκειμένου να εργαστούν μόνο προσωρινά εκεί (τίποτα πιο μόνιμο από το προσωρινό δε λένε όμως;) και έτσι να έχουν την ευκαιρία να συγκρίνουν, να αφομοιώσουν καινούριες ιδέες ως προς τον τρόπο οργάνωσης, διαχείρισης, να γίνουν δέκτες μιας διαφορετικής νοοτροπίας την οποία και θα αξιοποιήσουν ερχόμενοι πίσω στην Ελλάδα. Άλλωστε μετά το πέρας της κρίσης χρέους αναζητώντας δουλειά σε μια φαρμακευτική εταιρία, οι εργοδότες τους θα εκτιμήσουν δεξιότητες που απέκτησαν εργαζόμενοι στο εξωτερικό, όπως την ικανότητα ομιλίας μιας ξένης γλώσσας, την προσαρμοστικότητα και τις διαπροσωπικές δεξιότητες. Οι απογοητευμένοι νέοι κατατάσσονται υψηλά στις επιλογές τους τη λύση του εξωτερικού και η άποψη αυτή δικαίως ακούγεται. Ωστόσο, αποτελεί πλήγμα για τη χώρα ως σύνολο, διότι η φυγή πτυχιούχων και νέων της στερεί σημαντικό δυναμικό που θα βοηθούσε στην ανάκαμψη της οικονομίας. Το θλιβερό είναι ότι συνήθως μεταναστεύουν οι ικανότεροι με αποτέλεσμα να μη μπορούμε να αξιοποιήσουμε τις πρωτότυπες ιδέες τους και τις καινοτόμες δράσεις τους, κάτι που θα προωθούσε την ανάπτυξη. Όμως δεν είναι οι νέοι που πρέπει να κατηγορηθούν για αυτό. Είναι

### Μαρτυρία από την **Μάτα Χαροκόπου**, Φαρμακοποιό, Σύμβουλο Οικονομικών Υγείας, Ολλανδία

«Έφυγα από την Ελλάδα πριν 2 χρόνια μόλις αποφοίτησα από τη σχολή Φαρμακευτικής. Έκανα ένα μεταπτυχιακό που μου άνοιξε πόρτες στα οικονομικά υγείας και πλέον μένω και εργάζομαι στην Ολλανδία. Δεν ακούγεται τέλειο; Τον πρώτο χρόνο εδώ έτσι το έβλεπα. Ξέρω πολλούς συναδέλφους που θέλουν να κάνουν το ίδιο κι ακούω το πολύ κλασικό «Α ρε Μάτα, εσύ έφυγες και γλίτωσες!».



Θα σας πω όμως κάτι που βγαίνει μετά από το δικό μου προβληματισμό: Οι νέοι που αποφασίζουν να φύγουν στο εξωτερικό, γυρνάνε την πλάτη τους στις καταστάσεις, αρνούνται να πολεμήσουν για τα άκρως αυτονόητα που η ίδια τους η χώρα δε τους προσφέρει και τα αναζητάνε αλλού.

Ακούστε λοιπόν πως έχει η κατάσταση για να μη νομίζουν μερικοί πως όλα είναι ρόδινα έξω. Ο νέος που φεύγει αφήνει την οικογένειά του (ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΕΥΚΟΛΟ), το σπίτι που μεγάλωσε, το φαγητό της μαμάς, τον ήλιο της Ελλάδας και τις ομορφιές της, τις φίλιες (γιατί είμαστε από τις λίγες χώρες όπου ο θεσμός της φιλίας και της οικογένειας είναι τόσο ισχυροί) και πηγαίνει σε έναν τόπο, όπου να μεν οι οικονομικές απολαβές είναι αρκετές για μία αξιοπρεπή ζωή στα 25 του, ΑΛΛΑ μετά ακολουθούν πολλά «αλλά».

Δεν είμαστε πάντα ευπρόσδεκτοι στο εξωτερικό και μην εθελουφλούμε, δεν μας ανοίγουνε τις αγκάλες τους. Η καλύτερη φράση που θα ακούσει κανείς είναι «το καημένο έφυγε από την Ελλάδα για ένα καλύτερο μέλλον». Πιστέψτε με όμως ο οίκτος στα 25 σου δε σου αφήνει και πολύ καλές εμπειρίες ούτε συναισθήματα. Το να νιώθεις πάντα ξένος αφήνει βαθιά σημάδια.

Αφήνεις τον τόπο σου για να πας σε τόπο αλλοιού, προσπαθείς στο διπλάσιο για να αποδείξεις ότι αξίζεις, στο τέλος το καταφέρνεις, όμως σας λέω το εξής: δεν υπάρχει μέρα που ο νέος στο εξωτερικό μόλις δει πως είναι η ζωή (η φυσιολογική ζωή, τύπου -σπουδές και μετά δουλεύω για να ζήσω και τα καταφέρνω- γιατί αυτό είναι φυσιολογικό) να μην σκέφτεται πότε και πως θα γυρίσει πίσω. Δεν υπάρχει μία μέρα να μη ζηλέψει τους φίλους του που είναι εκεί στην Ελλάδα ακόμη και για αυτά τα λίγα που έχουν.

Το συναίσθημα «τα αφήνω όλα πίσω» δεν είναι λύτρωση για το νέο. Είναι ένα άλλο πρόβλημα. Κι όποιος δεν το πιστεύει, ας το δοκιμάσει».

απόλυτα φυσιολογικό. Η μη αξιοποίησή τους και οι κλειστές πόρτες τους ωθούν να βρουν αλλού αυτό που αναζητούν.

### Κι αν φύγουμε, θα γυρίσουμε πίσω;

Είναι επιτακτική η ανάγκη αλλαγής του αναπτυξιακού μοντέλου στη χώρα μας με την παράλληλη προώθηση της έρευνας, ώστε να εξομαλυνθεί η προσφορά και ζήτηση στην αγορά εργασίας και να μειωθεί το φαινόμενο της φυγής στο εξωτερικό. Ταυτόχρονα, πρέπει να δοθούν ικανά κίνητρα επιστροφής. Αυτά δεν έχουν να κάνουν μόνο με τις οικονομικές απολαβές αλλά και με την αλλαγή νοοτροπίας. Η πολιτεία πρέπει να φτάσει έγκαιρα σε θέση να μπορεί να εγγυηθεί αξιοκρατία, μηδενική ανοχή στη διαφθορά και να μπορεί να προσφέρει ανάπτυξη. Οι νέοι καλούνται να ανταπεξέλθουν σε πολύ δύσκολες καταστάσεις (δεν αξίζει να κάνουμε τη σύγκριση με το παρελθόν - ο κάθε τόπος κι εποχή έχει τα δικά του) και η απάντησή τους τείνει να είναι η προσφυγή στο εξωτερικό.

Εάν το ότι η νεολαία μίας χώρας προτιμά να μεταναστεύσει από το να μείνει στην Ελλάδα, τότε τι ακριβώς ονομάζουμε κρίση; Και γιατί αυτό δεν αποτελεί από μόνο του κίνητρο για τη χώρα για να αλλάξει ριζικά;

### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Λαμπριανίδης Λ, *Επενδύοντας στη φυγή: η διαρροή επιστημόνων από την Ελλάδα στην εποχή της παγκοσμιοποίησης*, Εκδόσεις Κριτική, 2011. ■

### ΠΡΟΦΙΛ

**Η Δανάη Γιάνναρη είναι απόφοιτη φοιτήτρια του Τμήματος Φαρμακευτικής, Επιστημών Υγείας, Πανεπιστημίου Πατρών. Βρίσκεται σε πρακτική άσκηση σε δημόσιο φαρμακείο νοσοκομείου της Αθήνας.**

**Η Νατάσα Ζαχαράκη είναι τελειόφοιτη φοιτήτρια του Τμήματος Φαρμακευτικής, Επιστημών Υγείας, Πανεπιστημίου Πατρών. Βρίσκεται σε πρακτική άσκηση σε ιδιωτικό φαρμακείο της Πάτρας.**

**Στοχεύουν και οι δύο σε μεταπτυχιακές σπουδές στο εξωτερικό και επιδεικνύουν αξιοσημείωτο ενδιαφέρον αλλά και ανησυχία για την εξέλιξη του επαγγέλματος και της γενιάς τους, δεδομένου της μαζικής μετανάστευσης των νέων εκτός Ελλάδας.**

Μένουμε ή φεύγουμε;



# Ηλιόλουστοι καιροί σε περίοδο κρίσης!

◆ Από τον **ΑΝΔΡΕΑ ΚΑΛΛΙΒΩΚΑ**, Φαρμακοποιό



Υπάρχουν άραγε περιπτώσεις που μεσούσης μιας χωρίς προηγούμενο κρίσης, τόσο σε επίπεδο εθνικό όσο και στο επίπεδο του αποκλειστικά μικρόκοσμου μας, να υπάρχει προοπτική όχι μόνο αντοχής στην κρίση, αλλά σε πείσμα των καιρών και σχετικής ανάπτυξης;

Η πιο λογική απάντηση θα ήταν όχι. Η πιο φυσιολογική απάντηση που κάποιος θα έδινε, βλέποντας αποκλειστικά μόνο τους τοίχους του «κουτιού» του, θα ήταν: «να συνεχίσω να παλεύω για τα κεκτημένα και να μπορέσω να σταθώ στα πόδια μου και απλά να επιβιώσω».

Κάποιος όμως εάν προτιμάτε λίγο τολμηρός, πιο πολύ ορθολογιστής και ακόμη πιο πολύ μαχητής και εξερευνητής νέων κόσμων, θα έβλεπε έξω από το κουτί, αφήνοντας τους άλλους να διεκδικούν με πείσμα τα κεκτημένα και αυτός θα τράβαγε για άλλες κατακτήσεις, για άλλες διεξόδους. Μοναχικός οδοιπόρος σε δύσκολους δρόμους, αλλά νικητής κατά κράτος όχι μόνο στην επιβίωση αλλά και στην ανάπτυξη.

Είναι τολμηρό, είναι ανέφικτο, είναι ουτοπία;

### Ας παραδειγματιστούμε από την ιστορία

Ας πάρουμε όμως πιο απλά τα πράγματα από την αρχή. Θα γυρίσω το ρολόι του χρόνου πίσω, κάποια εκατομμύρια χρόνια, τότε που ο πλανήτης μας κατοικείται από τεράστια ερπετά και φυσικά κυριαρχούσαν έναντι κάθε θηλαστικού που κρυβόταν μέρα νύχτα, προσπαθώντας να αποφύγει τον τρομερό εχθρό. Κάποτε όμως σε μια νύχτα, τα τεράστια ερπετά δεν μπόρεσαν να ξεφύγουν από μια παγκόσμια καταστροφή που προήλθε από το κτύπημα κάποιου γιγαντιαίου μετεωρίτη και σε ελάχιστο χρόνο εξαφανίστηκαν από προσώπου Γης. Τα τρομαγμένα θηλαστικά, εξασκημένα να κρύβονται από τον κίνδυνο, κατάφεραν να επιβιώσουν μέχρι να περάσει η καταστροφή και στη συνέχεια ελεύθερα πια κυριάρχησαν στον πλανήτη. Κάπου αργότερα μέσα από τη θεωρία της εξέλιξης, εμφανίστηκε και το πιο εξελιγμένο είδος, ο άνθρωπος. Γιατί όμως αυτή η ιστορία; Απλά για ένα παραλληλισμό.

Εμείς λοιπόν εφρυσχασμένοι από την εποχή της παντοδυναμίας και ευημερίας μας, δεν αναπτύξαμε παρά σε ελάχιστο βαθμό, έως ανεπαρκή θα έλεγα, το ένστικτο της επιβίωσης στα δύσκολα, με αποτέλεσμα τώρα να χτυπάμε ζαλισμένοι δεξιά και αριστερά, επιμένοντας σε έναν αγώνα επιβίωσης πάνω σε δεδομένα μιας άλλης εποχής που έφυγε και δεν θα έρθει ποτέ πια!

Επιμένοντας σε μια προσπάθεια να συνεχίσουμε να δουλεύουμε με τη νοοτροπία του executive δημοσίου κρα-

τικοδίαιτου υπαλλήλου, γαντζωμένοι στον εύκολο δρόμο του παρελθόντος και όχι στο δύσκολο και κοπιαστικό δρόμο του αύριο, που θα μπορέσει να οδηγήσει σε νέους «γαλάζιους ωκεανούς».

Επιλέγουμε πάντα την τακτική του copy-paste και όχι την από αρχή νέα δεδομένα και νέες στρατηγικές. Αρνούμεθα τον κόπο και τις θυσίες της ανακάλυψης νέων δρόμων, όταν ο χιλιοπατημένος δρόμος μας φαίνεται πιο εύκολος.

Ακόμη και σήμερα που είναι πια «ηλίου φαεινότερο» ότι αυτή η τακτική δεν οδηγεί πουθενά, αρνούμεθα να διαλέξουμε άλλον δρόμο, αρνούμεθα να δούμε άλλες ευκαιρίες για το επάγγελμα μας.

Σίγουρα το παρών πόνημα, δεν σκοπεύει να αλλάξει νοοτροπίες ως διά μαγείας! Βαθιά όμως επιθυμία τόσο της παρούσας γραφής, όσο και του έγκριτου αυτού περιοδικού που τη φιλοξενεί, είναι να δώσει ερέθισμα σκέψης και προβληματισμού.

### Ας χαράξουμε νέους δρόμους

Τι θα μπορούσε όμως να γίνει σε πρώτο στάδιο; Ποια βήματα σε μια νέα αρχή;

Απλές σκέψεις, πέρα από τις πιο «φορεμένες», όπως να αναπτύξουμε καινούργιες κατηγορίες ή να επενδύσουμε περισσότερο στο παραφάρμακο... κ.α.

Φυσικά και όλα αυτά είναι σωστά. Αυτό όμως που ο κα-

θένας πρέπει να κάνει είναι να χτίσει το δικό του διάβα. Πιονιέρος σε δικούς του δρόμους.

Να κοιτά γύρω του και να κάνει καλύτερα ότι κάνει ο άλλος ή να κάνει ότι δεν κάνει ο άλλος.

Να μη στέκεται όπως μερικοί άνθρωποι που βλέπουν τα πράγματα όπως είναι και ρωτούν «γιατί», αλλά να ονειρεύεται πράγματα που ποτέ δεν έκανε και να λέει «γιατί όχι».

Να δημιουργήσει «πρωτογενή παραγωγή» σε υπηρεσίες που να είναι δύσκολο να αντιγραφεί από τους πολλούς.

Να μελετήσει με ακρίβεια το εξωτερικό αλλά και το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησής του και με απόλυτη ειλικρίνεια να καταγράψει τα δυνατά του και αδύνατα σημεία του, σε σχέση με τον ανταγωνισμό, όχι μόνο στο κανάλι φαρμακείου αλλά και σε όμορα κανάλια ανταγωνιστικού χαρακτήρα.

Να αναπτύξει νέους τομείς, όχι επειδή κάποια εταιρεία τον «διπλάρωσε» και εκμεταλλεύεται τον τρόπο του, αλλά επειδή έχει γνώση σαν επιστήμονας να διαχειριστεί το αντικείμενο.

Να είναι σίγουρος σε κάθε νέο άνοιγμα ότι μπορεί να προσφέρει επαρκή χώρο ώστε να αναπτυχθεί μια νέα δραστηριότητα.

Να είναι σίγουρος ότι γνωρίζει τη διαχείριση του νέου τομέα σε βάθος, αλλιώς υπάρχει ο μεγάλος κίνδυνος οι πελάτες του, που θα θελήσουν να στηρίξουν τη νέα του προσπάθεια να απογοητευτούν από το μέγεθος της ανεπάρκειας και αυτό να είναι καταστροφικό.

Να είναι σίγουρος ότι μπορεί να διαχειριστεί οικονομικά τον ανταγωνισμό, σε προσφορές, σε δώρα κλπ.

Να χτίζει για κάθε προϊόν, μια υπηρεσία προβολής και πληροφόρησης του προϊόντος, ώστε να μπορεί να δώσει αξία στο προϊόν, σε επίπεδο τέτοιο που δεν θα είναι εύκολο να αντιγραφεί.

Η έννοια της «**πρωτογενούς παραγωγής**» βεβαίως ξενίζει στο χώρο μας και φαίνεται αρκετά μακριά και απραγματοποίητη.

Δεν είναι όμως έτσι. Ο καθένας από εμάς έχει την απαιτούμενη γνώση και εύκολα μπορεί να δημιουργήσει τα προσωπικά του προϊόντα, τις προσωπικές και δικές του υπηρεσίες που δεν εμπίπτουν στο απαγορευτικό πεδίο διαφόρων νόμων.

Αυτού του είδους, ομολογούμενος δύσκολος δρόμος, δίνει στον ίδιο το φαρμακο-**ποιό** το μεγάλο πλεονέκτημα που προέρχεται από το δεύτερο συνθετικό της λέξης και τον καταξιώνει στο πελατειακό του δυναμικό ως ξεχωριστό και διαφορετικό από τη μάζα.

Αυτό δίνει προστιθέμενη αξία σε κάθε του ενέργεια!

Αφήνοντας σε λίγο στην άκρη την γραφίδα μου, καταθέτω μια πολλή προσωπική σκέψη. Πολλές φορές οι ηγεμόνες θέλουν «τυφλούς» υπηκόους για να μη φαίνεται η δική τους αναπηρία.

Μην αφήνετε λοιπόν σε αυτούς που απλά λένε χωρίς

### Μερικά θαυματουργά tips

- Μη διστάζετε και φυσικά μην αμελείτε να εκπαιδεύεται συνεχώς το προσωπικό σας. Τουλάχιστον μια φορά το δίμηνο υπάρχει ανάγκη ενός μικρού μαθήματος ή επανάληψης προηγούμενης μαθησιακής διαδικασίας. Η μετατροπή της απλής γνώσης σε ενεργή και παραγωγική μόρφωση δεν είναι από τα πλέον εύκολα πράγματα στον κόσμο.
- Αποζητάτε ικανούς εξωτερικούς συνεργάτες και συμβούλους για να σας βοηθήσουν σε ενέργειες που δεν μπορείτε μόνος σας και παράλληλα διεκδικείστε τη γνώση, ώστε την επόμενη φορά η ενέργεια σας να έχει και τη δική σας πινελιά.
- Το κέρδος από μια ομιλία σε ένα συνέδριο ή σε ένα σεμινάριο, έστω και εάν έχει κόστος είναι κατά πολύ πολλαπλάσιο από ένα χαλαρό Σαββατοκύριακο. Να είστε σίγουροι ότι τα χαλαρά Σαββατοκύριακα θα έρθουν αργότερα. Η γνώση έρχεται κάθε φορά, μια φορά και με μοναδικότητα.
- Μη διστάζετε να μετράτε τον εαυτό σας σε σχέση με τον καλύτερο ανταγωνισμό. Μη διστάζετε να λέτε «εγώ μπορώ καλύτερα».
- Βάλτε στη διαδικασία της αξιολόγησης της επιχείρησής σας, του εαυτού σας αλλά και του προσωπικού σας, τους ίδιους τους πελάτες σας. Τολμήστε λοιπόν μια μικρή έρευνα αξιολόγησης. Πολλές φορές η απόσταση μεταξύ του «ξέρω πως με βλέπουν» και του «πως πραγματικά σας βλέπουν», είναι χαστική. Ακόμη και εάν ακόμη σας στηρίζουν, ίσως είναι γιατί δεν υπάρχει κάποιος καλύτερος από εσάς. Συνεπώς ισχύει «**Δυσούν κακοίν προκειμένοι το μη χείρον βέλτιστον**».
- Αλλάξτε την «παχιά αγελάδα». Το φάρμακο κοστίζει πολλά στο κοινωνικό κράτος. Αυτό πρέπει να το δούμε. Πρέπει να το πάρουμε απόφαση.

Πρέπει να χτίσουμε νέους δρόμους!

Θλίβομαι όταν βλέπω συναδέλφους να μεμψιμοιρούν, έτοιμοι για ακορντεόν και μαύρο γυαλί στη γωνία του δρόμου, ίσως με μια δυσκολία επιλογής της κατάλληλης γωνίας.

να ξέρουν τι λένε και αντί να σας οδηγούν μπροστά, σας τραβάνε πίσω.

Αναμφισβήτητο το φαρμακείο μας θα λειτουργεί σαν αναπόσπαστο μέρος της πρωτοβάθμιας περίθαλψης, αλλά παράλληλα θα πρέπει να λειτουργεί και σαν μια σύγχρονη επιχείρηση. Δεν βλέπω το λόγο ότι το ένα αναιρεί το άλλο! Επιχειρηματικότητα, νέες υπηρεσίες και νέες στρατηγικές για τον ασθενή πελάτη μας, δεν σημαίνει απομάκρυνση από το σύστημα υγείας!

Κλείνω με μια προτροπή. Ο κόσμος αλλάζει όταν αλλάζουμε εμείς. Δεν αλλάζει από μόνος του ποτέ.

**«Είναι ανώφελο να προσπαθείς να πεις σε ένα ορμητικό ποτάμι να σταματήσει να τρέχει. Το καλύτερο που έχεις να κάνεις είναι να μάθεις πώς να κολυμπάς προς την κατεύθυνση της ροής του».** ■



Ο εύκολος και ασφαλής τρόπος  
για ακριβή αποτελέσματα



## Αυτό το Νοέμβριο στηρίζω το διαβήτη, στηρίζω τα παιδιά. Επιλέγω ACCU-CHEK

Επισκεφθείτε την σελίδα μας στο Facebook "Accu-Chek Greece", επιλέξτε "CHECK THE BARCODE" και πληκτρολογήστε το μοναδικό κωδικό που βρίσκεται πάνω στο κουτί των Accu-Chek ταινιών σας. Εναλλακτικά πληκτρολογήστε το σύνδεσμο [www.checkthebarcode.gr](http://www.checkthebarcode.gr) ή σκανάρτε τον κωδικό QR που βλέπετε στην παραπάνω οθόνη υπολογιστή, με το κινητό σας τηλέφωνο.

Έναρξη 1η Νοεμβρίου 2012.

Η συμμετοχή σας θα εξασφαλίσει σε περισσότερα παιδιά με διαβήτη τη χαρά της κατασκίνωσης. Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε μαζί μας.

Συνιστάται  
από την



ΕΛΛΗΝΙΚΗ  
ΕΝΔΟΚΡΙΝΟΛΟΓΙΚΗ  
ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Experience what's possible.

Τα ACCU-CHEK, ACCU-CHEK AVIVA και ACCU-CHEK NANO,  
είναι εμπορικά σήματα της Roche. © 2012 Roche.

Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών Accu-Chek:  
Από κινητό 210 2703700 και από σταθερό  
δωρεάν στο 800 11 71000

[www.accu-chek.com](http://www.accu-chek.com)

ACCU-CHEK®

# Επιτυχημένες ιδέες για τη νέα χρονιά

Ακόμα και οι οικονομικές θεωρίες λένε,

«Οι αλλαγές  
είναι πολλές.

Μην εκπιθήσεστε...

Αντιδράστε!»



◆ Από τη **ΜΑΤΑ ΧΑΡΟΚΟΠΟΥ**,  
Φαρμακοποιό, Σύμβουλο Οικονομικών Υγείας

Όχι μόνο απογοήτευση και απελπισία για το κακό που μας βρήκε με την κρίση! Τώρα πρέπει να συλωθούμε, με ένα νέο τρόπο δουλειάς, μέσα στο πλαίσιο των εμπειριών και των ικανοτήτων μας.

Να προσανατολιστούμε σε νέα πεδία δραστηριότητας!

Μερικές επιτυχημένες ιδέες για ν' ατενίστε τη Νέα Χρονιά με αισιοδοξία και να πάρετε στα χέρια σας το μέλλον του φαρμακείου σας, αφήνοντας πίσω σας κάθε λανθασμένη κίνηση, στρατηγική, συγκυρία...

### Ανα-κατανομή/ανάθεση καθηκόντων

Θα είναι άσκοπο να επαναλάβουμε ότι η οργάνωση και οι ξεκάθαροι στόχοι είναι το παν στη δουλειά μας. Ξεκινώντας λοιπόν τη νέα χρονιά με λίγο πιο ξεκούραστο μυαλό και ελαφρά πιο ανεβασμένη διάθεση, σκεπτόμενοι θετικά, ανα-διοργανωθείτε. Πάρτε μολύβι και χαρτί και σημειώστε ποιος κάνει τι. Αναθέστε ρόλους που αξιολογείτε ότι ανεβάζουν την αξία της επιχείρησής σας και ξεφορτωθείτε όσες ενέργειες παρατηρήσατε την προηγούμενη χρονιά ότι δεν απέφεραν το επιθυμητό αποτέλεσμα. Εκ πείρας λοιπόν, αφουγκραστείτε τις ανάγκες της ίδιας σας της επιχείρησης και ανανεώστε την με ένα ξεσκαρτάρισμα ενεργειών, οραμάτων και στόχων. Δείτε ποιος είναι ο ρόλος σας, ποιος είναι ο ρόλος των συνεργατών σας, μιλήστε μαζί τους και βάλτε κάτω, τι και πότε πρέπει να γίνει κι από ποιον.

Μην το αφήσετε όμως στην τύχη του. Κρατήστε λοιπόν τον έλεγχο εσείς, επιθεωρώντας τακτικά την εξέλιξη κάθε καθήκοντος, σε τι στάδιο είναι, που πρέπει να φτάσει και τι λείπει που θα οδηγήσει στην επίτευξή του. Κατά καιρούς βέβαια οι ανάγκες της επιχείρησης και των πελατών μας αλλάζουν, οπότε κάντε αυτό το γενικό τακτικό «τσεκ απ» των αρμοδιοτήτων που έχετε αναλάβει, αναθέσει και ανακατανέμει, ώστε να παρατηρήσετε αν πρέπει να προσαρμόσετε κάτι σε οποιαδήποτε αλλαγή.

Γιατί η χώρα μας έχει τα πρωτεία σε ραγδαίες, απρόσμενες αλλαγές και εμείς οι Έλληνες τα πρωτεία στο να προσαρμοζόμαστε όπως μπορούμε και μας βολεύει.

### Ημερήσιο πλάνο

Όχι δεν είναι τόσο απλό όσο ακούγεται. Όμως αυτό που κάπως θα το απλούστευε και το θεωρούμε το κλειδί της επιτυχίας είναι ένα ημερήσιο πλάνο. Αυτό που θέλετε να σχεδιάσετε για τους επόμενους 6 μήνες, σπάστε το σε μήνες, στη συνέχεια σε εβδομάδες και ακόμα καλύτερα σε ημέρες. Κρατήστε τον έλεγχο του τι πρέπει να γίνει σήμερα, ώστε να έρθει αρμονικά το αύριο και τέλος οι 6 μήνες, μαζί με τους όσους στόχους έχετε θέσει προς επίτευξη.

### Δημιουργικότητα

Μα θέλει έμπνευση αυτό ε;

Και φυσικά με τόσο άγχος και υποχρεώσεις που να τη βρείτε την έμπνευση;

Πάρα πολύ απλό. Είναι στη φύση μας να γκρινιάζουμε για οτιδήποτε πάει στραβά, ξεχνώντας το αν και πόση ευθύνη φέρουμε γι' αυτό!

Πνιγμένοι λοιπόν στο χάος της καθημερινότητας στη σημερινή πραγματικότητα της δουλειάς μας, ξεχνάμε πολύ εύκολα ότι το πρόβλημα λύνεται με ενέργειες σπκώνοντας τα μανίκια και όχι με γκρίνια και αδράνεια.

Αφού λοιπόν το ξέρουμε αυτό, γιατί αρνούμαστε να καθίσουμε σε μία καρέκλα, να αφουγκραστούμε τον ίδιο μας τον εαυτό και στη συνέχεια το πρόβλημά μας; Μη μου πείτε ότι δεν έχετε 5-10 λεπτά μέσα σε αυτό τον πανικό της καθημερινότητας να απομονωθείτε στο χώρο σας ή και στο σπίτι σας ακόμη και να αναλογιστείτε ποιο είναι το πρόβλημα και ποιες είναι οι πιθανές λύσεις επικτές από εσάς;

Ιδέες σίγουρα υπάρχουν και η δημιουργικότητα έρχεται με την όρεξη για δουλειά, αγώνα ενάντια σε κάθε τι που υπάρχει και μας κάνει την επαγγελματική ζωή δύσκολη. Ηρεμήστε λοιπόν, πάρτε μία βαθιά ανάσα στη μέση της ημέρας στο πίσω μέρος του φαρμακείου σας και η δημιουργικότητα θα γίνει μέρος της καθημερινότητας. Απλά δώστε της λίγο χρόνο να βγει στην επιφάνεια.

### Δώστε σημασία

Πού αλλού βέβαια, Στον πελάτη σας!

Το καθήκον σας δεν ξεκινάει από τη στιγμή που θα έρθει ο πελάτης μπροστά στον πάγκο εξυπηρέτησης και δεν τελειώνει όταν εκτελέσετε τη συνταγή.

Ξεκινάει από την πόρτα και τελειώνει στην πόρτα του φαρμακείου σας. Ναι, ακόμα και σε ώρες αιχμής. Εκεί που πνίγεστε, εκεί που η δουλειά σας δημιουργεί άγχος, σκεφτείτε πως ο πελάτης που θα έρθει σε σας αισθάνεται το ίδιο για τη δική του δουλειά, σε συνδυασμό με όλα τα προβλήματα που τον συνοδεύουν στη καθημερινή του ζωή (μαζί με μία πιθανή ασθένεια, ο λόγος για

τον οποίο μπαίνει στο φαρμακείο σας). Το τελευταίο λοιπόν που θέλει είναι να περάσει απαρατήρητος και να μην νιώσει ξεχωριστός.

Δεν ζητάει πολλά. Ένα βλέμμα, ένα χαμόγελο καθώς μπαίνει στο μαγαζί σας, σηματοδοτεί ότι τον πρόσεξες, ότι τον έχεις υπόψη σου, ότι σε λίγο θα είσαι κοντά του και θα τα πείτε ήρεμα και θα τον αφουγκραστείς με την προσοχή που θέλει εκείνος.

Μεταξύ λοιπόν μιας προηγούμενης και μιας επόμενης σας κίνησης κατά την εκτέλεση μίας συνταγής, μπορείτε να σηκώσετε το κεφάλι σας και να παρατηρήσετε ποιος μπήκε στο φαρμακείο σας και περιμένει τη βοήθειά σας. Δείξτε του ότι προσέξατε ότι είναι εκεί.

Αυτό είναι μια κίνηση πολύ σημαντική στην εξυπηρέτηση του πελάτη!

### Συμβουλευτείτε τον πελάτη σας.

Όλα τα φαρμακευτικά προϊόντα και οι πληροφορίες για ασθενείς, συνοδεύονται λίγο πολύ από το «Συμβουλευτείτε το Φαρμακοποιό σας». Ε, η σειρά σας λοιπόν να δείτε στο πρόσωπο κάθε πελάτη σας ένα σύμβουλο. Ένα σύμβουλο επιχείρησης. Ο τελικός κριτής και αποδέκτης της δουλειάς σας είναι ο πελάτης σας. Αν λοιπόν δε του δώσετε την ευκαιρία να σας πει αυτός τι θέλει από εσάς και από το φαρμακείο σας, ποιος θα σας πει; Πριν από κάθε νέα κίνηση, αλλαγή, νέα στρατηγική, ρωτήστε αυτόν. Οι ιδέες και η δημιουργικότητά σας θα πάνε χαμένες εάν δεν εξυπηρετούν τον πελάτη. Για αυτό ρωτήστε τον ίδιο. Είτε προφορικά, είτε καλώντας τον να συμπληρώσει ένα ερωτηματολόγιο (μία αίτηση ικανοποίησης θα μπορούσε να το πει κανείς). Γιατί όχι; Αφιερώστε λίγο παραπάνω χρόνο στο να τη συμπληρώσετε μαζί με όσους σας το ζητήσουν.

Τι λέτε; Δεν είναι μία καλή επένδυση χρόνου για ευχαριστημένους και πιστούς πελάτες;

### Ξεκινήστε ένα νέο θεσμό για το φαρμακείο σας

Τί πιο απλό από το να αφιερώσετε μία ημέρα ή μισή μέρα για την υγεία και το ευ ζειν. Μία ημέρα αφιερωμένη στο να συναντήσετε και να συζητήσετε με τους πελάτες σας. Όσα δεν έχετε χρόνο να μοιραστείτε καθημερινά σε ώρες αιχμής, μοιραστείτε τα κατά τη διάρκεια μίας εκδήλωσης που θα αφορά τον κλάδο της υγείας. Καλέστε ειδικούς, έτοιμους να απαντάνε στις ερωτήσεις τον πελατών σας. Ο καθένας μπορεί να αναλάβει ένα συγκεκριμένο τομέα. Π.χ. εγκυμοσύνη, προετοιμάστε την πορεία της εμμηνοπαύσης, διαβήτη - τι πρέπει να ξέρετε... και τόσα άλλα. Οι εταιρείες είναι πρόθυμες να σας βοηθήσουν.

Βρείτε λοιπόν μία θέση στο φαρμακείο σας όπου μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως χώρος ενημέρωσης για την εκδήλωση (π.χ. ένας χώρος εξοπλισμένος με ορθοπεδικά, ένας χώρος κατάλληλα διαμορφωμένος σε ένα πατάρι

ή στο υπόγειο ή ακόμη και στο χώρο πώλησης). Σκοπός της εκδήλωσης είναι να περάσετε το μήνυμα ότι το φαρμακείο δεν είναι μόνο χώρος όπου κάποιος πάει να αγοράσει τα φάρμακά του, αλλά εκεί όπου μπορεί να μιλήσει για πρόληψη και υγεία.

### Φτιάξτε ένα πρόγραμμα διαχείρισης

Αναφερθήκαμε λίγο πριν περί οργάνωσης και ελέγχου καθηκόντων, δραστηριοτήτων και τακτικής αξιολόγησης καταστάσεων. Αυτό εντάσσεται σε ένα πρόγραμμα που ονομάζουμε «**πρόγραμμα διαχείρισης**».

Αυτό που θα προτείναμε είναι να επενδύσετε λίγο χρόνο στο να δημιουργήσετε αυτό το πρόγραμμα το οποίο στη συνέχεια θα μοιραστείτε με τους συνεργάτες σας σε μία συνάντηση που θα αφορά αυτό το θέμα. Καλό είναι να μοιραστείτε το σκεπτικό σας, το λόγο που χρειάζεται προγραμματισμός, τι περιλαμβάνει αυτός, πως το σκεπτήκατε για να το σχεδιάσετε. Παράλληλα, δείξτε ότι είστε ανοιχτός σε οποιαδήποτε αλλαγή, αλλά μην πάτε απροετοίμαστος. Σκεφτείτε πολύ καλά τι θέλετε και τι δε θέλετε για την επιχείρησή σας, καθώς μπορεί να ακούσετε ιδέες από τους συνεργάτες σας που είτε δε σας αρέσουν και τόσο, είτε πιστεύετε ότι δεν αρμόζουν στο χώρο σας. Εσείς μπορεί να το πιστεύετε, όμως πρέπει με επιχειρήματα να πείσετε και τους συνεργάτες σας. Μόνο έτσι θα αποφύγετε απογοητεύσεις ή/και μελλοντικές εντάσεις τύπου «στα 'λεγα εγώ, και δεν ήθελες να με ακούσεις κλπ... κλπ...». Με τη λίστα καθηκόντων και αρμοδιοτήτων που αναφέραμε πιο πάνω, αξιολογήστε το πρόγραμμα διαχείρισης σε τακτικά διαστήματα μόνος σας και εν συνεχεία με την ομάδα σας. Σίγουρα θα υπάρχουν τρωτά σημεία που θα θέλετε να διορθώσετε ή να απαλλαγείτε από αυτά και σίγουρα θα υπάρξουν εναλλακτικές που θα θέλατε να προσθέσετε στο πρόγραμμα.

Δημιουργώντας ένα πρόγραμμα διαχείρισης, αρχίζετε ήδη να σκέφτεστε και οι ίδιοι ότι υπάρχει καλύτερη οργάνωση και θα δουλέψετε εσείς και η ομάδα σας πολύ πιο αποτελεσματικά.

### Σχεδιάστε τη βιτρίνα σας

Πολλοί είναι αυτοί που φροντίζουν τη βιτρίνα τους. Ανάμεσα σε αυτούς είναι και όσοι την προσαρμόζουν στις εποχές του χρόνου. Για παράδειγμα, βλέπουμε βιτρίνες που προωθούν τη χρήση αντιπληκίων το καλοκαίρι. Μπορείτε όμως να ξεπεράσετε τις εποχιακές βιτρίνες και να δημιουργήσετε βιτρίνες με θέματα. Μπορείτε δηλαδή, μία φορά το δίμηνο να αναμορφώνετε τη βιτρίνα σας με βάση ένα συγκεκριμένο θέμα. Αναφέρω μια βιτρίνα στο εξωτερικό που μου τράβηξε την προσοχή και νομίζω το ίδιο θα έκανε και σε εσάς. Ο φαρμακοποιός είχε θέμα βιτρίνας «Ανακατασκευάζω το σπίτι μου». Ήταν γύρω στο Σεπτέμβριο, όπου πολλοί προβαίνουν σε ανακατασκευή των σπιτιών τους. Για παράδειγμα, βάφουν τους τοίχους

Με πολλαπλά οφέλη.  
Για να **νιώθετε καλά** και να ζείτε  
την **κάθε στιγμή!**



Αρ. Γνωστοποίησης ΕΟΦ: 10175/11.02.2010



Αρ. Γνωστοποίησης ΕΟΦ: 10165/11.02.2010



**ΕΝΕΡΓΕΙΑ**



**ΑΝΟΣΙΑ**



**ΥΓΙΕΣ ΔΕΡΜΑ**



**ΠΕΡΙΒΑΛΜΟΝΤΙΚΟΙ  
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ**



**ΥΓΕΙΑ ΤΩΝ  
ΜΑΤΙΩΝ**



**ΥΓΕΙΑ ΤΩΝ  
ΟΣΤΩΝ**

Σύμπλεγμα Βιταμινών-Β και Σιδηρός, απαραίτητα για το μεταβολισμό των τροφών σε ενέργεια για τη διατήρηση της ζωτικότητας.

Βιταμίνες Α, C και Ε, Σελήνιο, αντιοξειδωτικά απαραίτητα για τη φυσιολογική λειτουργία του ανοσοποιητικού συστήματος.

Βιταμίνες Α, C και Βιοτίνη για υγιές δέρμα.

Βιταμίνες C, Ε και Σελήνιο: ισχυρά αντιοξειδωτικά που δρουν κατά των συνεπειών των ελεύθερων ριζών.

Περιέχει Βιταμίνη Α και Λουτεΐνη, για την καλή υγεία των ματιών.

Ασβέστιο, Βιταμίνες D, C και Κ, χρησιμα συστατικά για υγιή οστά.

**Συμπλήρωμα διατροφής με πλήρη και ισορροπημένη σύνθεση βιταμινών και μεταλλικών στοιχείων**

Υπεύθυνος κυκλοφορίας: Pfizer Hellas A.E., Λ. Μεσογείων 243, 154 51 Ν. Ψυχικό. Για πληροφορίες: 210-99.49.500

Η ποικιλία και ισορροπημένη διατροφή και ο υγιής τρόπος ζωής είναι σημαντικά. Τα συμπληρώματα διατροφής δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται ως υποκατάστατα μιας ποικίλης διατροφής. Περιέχει σίδηρο, ο οποίος μπορεί να βλάψει το παιδί εάν καταναλωθεί σε μεγάλες ποσότητες.

των σπιτιών τους, αλλάζουν ή διαμορφώνουν διαφορετικά ντουλάπια και χώρους αποθήκευσης, περιποιούνται τον κήπο ή το μπαλκόνι τους και γενικά ετοιμάζονται για το χειμώνα. Η λογική του φαρμακοποιού ήταν η πρόληψη και αντιμετώπιση ατυχημάτων κατά τη διάρκεια αυτών των εργασιών στο σπίτι. Με τη λογική αυτή είχε βάλει στη βιτρίνα του καρτολίνες με συμβουλές για πρόληψη και προϊόντα που χρησιμοποιούνται για την αντιμετώπιση τέτοιου είδους ατυχημάτων. Από τα πολύ απλά χαζαπλάστ μέχρι ορθοπεδικά είδη, ήταν όμορφα τακτοποιημένα ώστε να δίνουν ένα μήνυμα φροντίδας του πελάτη σε κάθε περίπτωση.

Σκεφτείτε λοιπόν τέτοιου είδους θέματα για τη βιτρίνα σας και μην περιμένετε μόνο τα Χριστούγεννα και το Πάσχα για να βάλετε λίγο βαμβάκι για χιόνι, ή πλαστικά χρωματιστά αυγά και κουνελάκια αντίστοιχα.

### Παν μέτρο άριστο στη βιτρίνα και τον πάγκο εργασίας σας

Μιλώντας για βιτρίνες και διακόσμηση, ναι όλα καλά αλλά μη το παρακάνετε. Διαφημιστικά εταιρειών ενός μέτρου ύψους κολλημένα στη βιτρίνα σας, και διαφημιστικά stand στον πάγκο εργασίας σας, το μόνο που καταφέρνουν είναι να κλείνουν το οπτικό πεδίο του πελάτη σας και την ευχέρεια των κινήσεών του. Δώστε στον πελάτη μία ανοιχτή ατμόσφαιρα, ένα χώρο όπου μπορεί να περιπλανηθεί άνετα με κινήσεις αλλά και με το βλέμμα του.

Ο χώρος του φαρμακείου σας πρέπει να είναι «διάφανος» ακόμα και από έξω, πριν μπει ο πελάτης μέσα. Κι όταν φτάσει μπροστά στον πάγκο εξυπηρέτησης γιατί να έχει μισό μέτρο ελευθερίας κινήσεων, επειδή εσείς παραδίπλα προβάλετε σε αναρίθμητα stands προϊόντα.

Ανοίξτε λοιπόν το χώρο σας ξεκινώντας από τη βιτρίνα. Αφαιρέστε κάθε διαφημιστικό που καλύπτει τα τζάμια της και εμποδίζει το οπτικό πεδίο του πελάτη στον εσωτερικό σας χώρο. Απομακρύνετε κάθε τι που περιορίζει το χώρο και την προσέγγιση του πελάτη σας στο πάγκο εργασίας σας. Ο πάγκος είναι ο χώρος όπου εξυπηρετείτε και συμβουλευέτε. Εάν θέλετε να προβάλετε προϊόντα έχετε όλο τον υπόλοιπο χώρο του φαρμακείου σας για να το κάνετε. Η δήθεν απάντηση «είναι πράγματα μικρά, που συνήθως ο πελάτης ξεχνάει ή δεν είχε σκεφτεί ότι μπορεί να χρειαστεί», δεν αρμόζει σε επαγγελματία υγείας που είναι εκεί για το προλαμβάνειν και θεραπεύειν.

### Μη φοβάστε το ιντερνετ. Μπορεί να σας χρειαστεί

Η τεχνολογία έχει μπει για τα καλά στη ζωή μας, αλλά και στο επάγγελμά μας. Μην εθελουφλείτε στη χρησιμότητα της ύπαρξης μιας ιστοσελίδας που αφορά το φαρμακείο σας. Όχι δε θα αυξήσει τις πωλήσεις σας τουλάχιστον στην αρχή! Τέτοιου είδους ιστοσελίδες είναι περιο-

ρισμένες από κώδικες επαγγέλματος και ηθικής. Αλλά δε σας περιορίζει κανείς να προβάλετε την οργάνωση του χώρου σας, τις υπηρεσίες που προσφέρετε, μία εκδήλωση που οργανώνετε για την υγεία – αναφερθήκαμε παραπάνω σε παραδείγματα.

Και στην τελική, δε λένε καλύτερο φάρμακο είναι η πρόληψη; Ε λοιπόν, γιατί να μη ξεκινήσετε μία ιστοσελίδα με τέτοιους είδους πληροφορίες, η οποία ίσως μελλοντικά να μπορεί να υποδεχτεί το ηλεκτρονικό εμπόριο παραφαρμάκων ή ακόμη και ακραία, την απελευθέρωση του ηλεκτρονικού εμπορίου φαρμάκων. Γιατί να μην είστε έτοιμοι για παν ενδεχόμενο;

### Χρήσιμες συμβουλές

Μην αφήνετε τις όποιες αλλαγές που φέρνει η κρίση να πάρουν τον έλεγχο της επιχείρησής σας. Λίγοι είναι αυτοί που λένε «μα κάθε μέρα τα πράγματα αλλάζουν και πρέπει να προσαρμοζομαι, δε μπορώ να κάνω σχέδια για το μέλλον δεν ξέρω τι μου ξημερώνει»; Ναι, οι αλλαγές μπορεί να συνεχίσουν να έρχονται χωρίς να χτυπήσουν το κουδούνι της πόρτας σας για να σας ρωτήσουν εάν είστε διατεθειμένος να τις δεχτείτε. Αυτό λοιπόν που λέμε εμείς είναι να προσαρμοστείτε αναγκαστικά στα νέα δεδομένα... με πρόγραμμα.

Σε όλες τις οικονομικές θεωρίες υπάρχει το αποτέλεσμα μίας κεντρικής υπόθεσης που βασίζεται σε συνθήκες που αποκαλούμε «**συνθήκες κεντρικής υπόθεσης**» και τις οποίες ορίζετε εσείς με βάση αυτά που ξέρετε ότι πρέπει να γίνουν. Πάντα όμως, ΠΑΝΤΑ, υπάρχουν και αυτά που ονομάζουμε «**σενάρια**» με τα οποία μελετάμε την αβεβαιότητα που συνοδεύει την κεντρική μας υπόθεση. Είναι οι καταστάσεις όπου ένα στοιχείο της κεντρικής μας υπόθεσης δεν πάει όπως το περιμέναμε. Αν λοιπόν αναλογιστείτε τι μπορεί να πάει διαφορετικά από ότι ξέρετε τώρα, έχετε τα πιθανά σενάρια και μπορείτε έτσι να σχεδιάσετε αναλόγως το πλάνο σας.

Μέχρι και στις ταινίες βλέπουμε ότι υπάρχει πλάνο Β σε πολλές καταστάσεις της ζωής. Θα μου πείτε στη χώρα που ζούμε δε θέλουμε μόνο ένα πλάνο Β, θέλουμε όλα τα γράμματα της αλφαβήτου!

Και θα 'ρθω λιγάκι σα δικηγόρος του διαβόλου να πω «α, άρα είστε και λίγο ψυλλιασμένοι για το τι μπορεί να έρθει, έχετε πλέον εμπειρία στο τι και πόσο μπορεί να πάει κάτι στραβά, λόγω όλων αυτών των αλλαγών που η κρίση μας επιβάλλει». Μάθετε λοιπόν από την εμπειρία σας και προετοιμαστείτε αναλόγως. Γίνετε χαμπαλέοντας! Προετοιμαστείτε λοιπόν για την κεντρική υπόθεση, αλλά «έσω έτοιμοι» και για τα πιθανά σενάρια. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με πρόγραμμα και οργάνωση, με καταγραφή και εκτέλεση όλων των σχεδίων και οραμάτων που έχετε για την επιχείρησή σας.

**Σας εύχομαι Καλή Χρονιά και Καλή Δύναμη! ■**

# HOMOCRIN®

η φύση πηγή φροντίδας στα μαλλιά σας

# φυτική βαφή χωρίς αμμωνία

ΣΥΜΒΑΤΗ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΟΔΗΓΙΑ ΠΕΡΙ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗΣ  
29 ΧΗΜΙΚΩΝ ΟΥΣΙΩΝ

**ΣΕ 27**  
**ΥΠΕΡΟΧΕΣ ΑΠΟΧΡΩΣΕΙΣ**

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ**  
**ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ**

**ΠΕΡΙΕΧΕΙ 2 ΣΕΤ ΒΑΦΗΣ**  
**ΣΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΗΣ ΜΙΑΣ**

**ΣΤΑ**  
**ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ**



Αποκλειστική  
Εισαγωγή Διανομή:

**Health Plus** s. A.

PHARMACEUTICALS - COSMETICS

ΑΘΗΝΑ: ΛΕΩΦ. ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 2, ΓΛΥΦΑΔΑ 166 75, ΤΗΛ. 210.9641.162 • ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: ΓΙΑΝΝΙΤΣΩΝ 31, ΤΗΛ. 2310-540.575

e-mail: sales@health-plus.gr - www.health-plus.gr

# Πώς να εξασφαλίσετε την αναγκαία ρευστότητα

## 3 στρατηγικές βελτίωσης



◆ Από το **ΓΙΑΝΝΗ ΚΟΝΤΑΚΟ**, Οικονομολόγο

Πόσο μπορεί ο φαρμακοποιός ν' αντέξει την πίεση στη ρευστότητά του και στην αύξηση των λειτουργικών του εξόδων, ως ποσοστό επί των πωλήσεων του;

Υπάρχουν πολλές και διαφορετικές στρατηγικές που συμβάλλουν στην τόνωση της ρευστότητας. Στο παρόν άρθρο θα επικεντρωθούμε σε τρεις που πιστεύουμε ότι είναι αποτελεσματικές και κυρίως χωρίς απαίτηση μεγάλων κεφαλαίων.

Το μόνο που απαιτεί η εφαρμογή τους, είναι να σκεφθούμε και να δράσουμε διαφορετικά απ' ό τι παλιά!



**Τ**ο κύριο πρόβλημα εδώ και αρκετούς μήνες στο ελληνικό φαρμακείο είναι η δραματική έλλειψη ρευστότητας.

Αυτό οφείλεται σε τρεις κύριους λόγους:

1. Στη **μείωση της πίστωσης από τους προμηθευτές** του (συνεταιρισμοί ή φαρμακαποθήκες), απόρροια της πολιτικής των φαρμακευτικών εταιριών,
2. Στην **αύξηση των ημερών καταβολής των οφειλών** που προέρχονται από τα ασφαλιστικά ταμεία.
3. Στο ότι η διαφορά εισπράξεων και πληρωμών απαίτησε **αναγκαία κεφάλαια κίνησης** που λόγω της γενικότερης κατάστασης των Τραπεζών δεν μπόρεσαν ν' αντληθούν.

Στο σημείο αυτό αξίζει να επισημάνουμε ότι μέχρι πολύ πρόσφατα μεγάλες Τράπεζες, είχαν φτιάξει ειδικά πακέτα δανείων για τα φαρμακεία και τώρα έχουν αδρανήσει.

## 1η Στρατηγική

### Ορθολογική (οικονομική και εμπορική) διαχείριση του φαρμακείου

Τι σημαίνει αυτό στην πράξη;

#### Αλλάξτε το μείγμα των πωλήσεων σας.

Αν οι πωλήσεις φαρμάκου – παραφαρμάκου είναι σε επίπεδα της τάξης του 80%-20% ή 90%-10%, υπάρχει υψηλή έκθεση κινδύνου ρευστότητας.

Η εξάρτηση από το Κράτος είναι πολύ μεγάλη με ότι αυτό συνεπάγεται αυτή την περίοδο και επιπροσθέτως δεν υπάρχουν, προς το παρόν τουλάχιστον, τα τραπεζικά εργαλεία για την αντιμετώπιση τους.

Φαρμακείο με αναλογία 60%-40% και λιγότερο, είναι περισσότερο ανταγωνιστικό και βιώσιμο γιατί έχει μεγαλύτερο ταμείο και περισσότερα εργαλεία αντίδρασης στο πρόβλημα ρευστότητας.

#### Επαναπροσδιορίστε τα ανελαστικά κόστη.

Κύριος παράγοντας ανελαστικού κόστους είναι το ενοίκιο ή η δόση του δανείου, αν πρόκειται για ιδιόκτητο κτίριο με δανεισμό. Σε μια εποχή που τα ενοίκια της επαγγελματικής στέγης μειώνονται ραγδαία, είναι αυτονόητο ότι πρέπει να το επαναδιαπραγματευθείτε. Στις περιπτώσεις που έχουμε δανεισμό, ζητήστε από την Τράπεζα μείωση της δόσης μέσω επιμήκυνσης της χρονικής διάρκειας του δανείου (χωρίς όμως αλλαγή επιτοκίου) ή «πάγωμα» για 12-18 μήνες της πληρωμής των τόκων, με κεφαλαιοποίησή τους μετά την παρέλευση του παραπάνω διαστήματος και πληρωμή μόνο των χρεολυσίων.

#### Αξιοποιήστε εργαλεία του Marketing που θα τονώσουν το Ταμείο σας.

Ο σκοπός του φαρμακείου δεν είναι να φέρει μόνο νέους πελάτες, αλλά να διατηρήσει και τους παλιούς. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την καθιέρωση της κάρτας αγορών πελάτη. Είναι γνωστά τα οφέλη της κάρτας πελάτη και δεν θα επεκταθώ αλλά θα επισημάνω την αναγκαιότητα να υπάρχει πρόγραμμα CRM (Διαχείρισης Πελατολογίου).

Το CRM δεν είναι ένα απλό πρόγραμμα που μου δίνει πληροφορίες γενικώς και αορίστως για τον πελάτη, αλλά ανεκτίμητο εργαλείο διαχείρισης και εξωστρέφειας του φαρμακείου. Αυτό πρακτικά σημαίνει, ότι σχεδιάζει ο φαρμακοποιός την καμπάνια του στοχευμένα (σε συγκεκριμένο target group) και όχι γενικά, γιατί αλλιώς «πετάει λεφτά στον αέρα». Οι εκπτώσεις, τα δώρα και οι λοιπές παροχές, έχουν νόημα και απόδοση, μόνο αν απευθύνονται σ' αυτούς που πραγματικά έχουν ανάγκη το συγκεκριμένο προϊόν ή την ομάδα προϊόντων, κάτι που ενισχύει το Ταμείο του φαρμακείου, με δεδομένο ότι αφορά τα εκτός συνταγογραφούμενου φαρμάκου προϊόντα.

## 2η Στρατηγική

### «Ηλεκτρονική» παρουσία του φαρμακείου, e-commerce

Η εξέταση των δυνατοτήτων που δίνει ο παγκόσμιος ιστός είναι τεράστια σήμερα αλλά και στο μέλλον, με δεδομένο ότι η δημιουργία ενός νέου ηλεκτρονικού καναλιού διάθεσης των υφιστάμενων αλλά και μελλοντικών προϊόντων ή υπηρεσιών, θα εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες του διαδικτύου ως μέσου πώλησης και διανομής (Business to Consumer – commerce).

Η ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού και χαμηλού κόστους εργαλείου e-commerce, με σκοπό την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών του φαρμακείου, η δημιουργία ενός κόμβου που θα προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες στο κοινό και όπου μέσω ενός εύχρηστου περιβάλλοντος θα προσφέρει σιγουριά στις συναλλαγές και θα αυξάνει την ικανοποίηση του πελάτη σε σχέση με τις υπηρεσίες που θα του παρέχει η επιχείρηση, είναι πλέον απαραίτητα στο σύγχρονο επιχειρείν.

Ο σκοπός ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) φαρμακείου, είναι η βελτίωση του επιπέδου της προσφοράς υπηρεσιών του και ταυτόχρονα η δυνατότητα προσέλκυσης νέων πελατών μέσω του διαδικτύου, χωρίς να υπάρχει κάποιος γεωγραφικός περιορισμός.

Η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους πελάτες του ηλεκτρονικού φαρμακείου θα πρέπει να εστιαστεί στις παρακάτω παραμέτρους:

- Δημιουργία Συνδρομητικής Υπηρεσίας απομακρυσμένης παρακολούθησης
- Εξασφάλιση ενημερωμένων και επίκαιρων πληροφοριών για όλα τα θέματα που αφορούν στις δραστηριότητες του φαρμακείου αλλά και των εξελίξεων στην φαρμακευτική επιστήμη και αγορά
- Άμεση παραγγελιοληψία/Online αγορές όλων των προσφερόμενων υπηρεσιών προϊόντων μέσω απλών διαδικασιών.
- Ευρύτερη διάχυση των διαθέσιμων πληροφοριών σε δυνητικούς πελάτες ή συνεργάτες, χωρίς γεωγραφικές διακρίσεις ή γεωγραφικούς περιορισμούς.

- Ελάττωση της ανάγκης μετακίνησης συνεργατών ή πελατών και φυσικής παρουσίας τους στο χώρο του φαρμακείου για τη διεκπεραίωση απλών ή πιο σύνθετων αναγκών.

Η παραπάνω δραστηριότητα που προτείνουμε έχει πολλαπλά οφέλη, όπως η τόνωση του Ταμείου του φαρμακείου και η είσοδος σε μια αγορά χωρίς περιορισμούς, που εργάζεται 365 ημέρες τον χρόνο και όλο το 24ωρο! Τα στοιχεία από την Ελληνική αγορά φαρμακευτικών ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά. Το 2011 ο τζίρος τους κυμάνθηκε στα 7 εκ. ευρώ, το 2012 υπολογίζεται ν' ανέλθει στα 16-17 εκ. ευρώ και το 2013 στα 35-36 εκ. ευρώ.

Αν λάβουμε υπ' όψη ότι όλος αυτός ο τζίρος είναι απολύτως μετρητός (είτε μέσω αντικαταβολής, είτε μέσω pay roll, είτε μέσω πιστωτικής κάρτας), σημαίνει ότι θα λείψει από τα φυσικά φαρμακεία αυτός ο τζίρος σε παραφάρμακα, κάτι που θα δυσκολέψει ακόμη περισσότερο τη ρευστότητά τους.

Είναι αξιοσημείωτο να πούμε ότι οι επενδύσεις σε ηλεκτρονική διαφήμιση είναι ακόμη ιδιαίτερα χαμηλές σε σχέση με τα παραδοσιακά κανάλια και έχουν πολύ υψηλό ROI (Απόδοση Επένδυσης) περίπου 1:20. Δηλαδή κάθε ένα ευρώ που επενδύω μου φέρνει πίσω 20.

### 3η Στρατηγική

#### Αξιολόγηση των καλών προμηθευτών και ρευστοποίηση της αποθήκης

Γενικά, θα λέγαμε ότι το ελληνικό φαρμακείο είναι ένας χώρος υγείας ο οποίος κατακλύζεται από σωρεία παραφαρμακευτικών προϊόντων. Σύμφωνα με πολύ πρόχειρους υπολογισμούς αυτά τα προϊόντα ανέρχονται σε περίπου 20.000-22.000 κωδικούς.

Για να είναι ανταγωνιστικό, οφείλει να έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα μέσω των προϊόντων που διακινεί, αλλά κυρίως μέσω της συμβουλής.

Αυτό δημιουργεί ένα πρακτικό θέμα διότι η καλή συμβουλή είναι θέμα πρωτίστως γνώσης.

Αυτό σημαίνει, ότι ο φαρμακοποιός αλλά και οι βοηθοί του, πρέπει να έχουν πάρα πολύ καλή γνώση των προϊόντων που έχουν στο ράφι τους, για να μπορέσουν να επιχειρηματολογήσουν και να κάνουν μια επιτυχημένη πώληση.

Είναι όμως κάτι τέτοιο εφικτό;

Η απάντηση είναι ότι πρακτικά είναι πάρα πολύ δύσκολο ένας φαρμακοποιός να θυμάται την σύνθεση, τα χαρακτηριστικά, τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη χιλιάδων προϊόντων. Ο χρόνος του είναι ιδιαίτερα περιορισμένος αν σκεφτεί κανείς την καθημερινότητά του.

Προς το παρόν υπάρχουν εργαλεία πληροφορικής που μπορούν να βοηθήσουν αλλά είναι πιο πολύ εστιασμένα στο φάρμακο (συνταγογραφούμενο και μη).

## Οι λύσεις «κλειδιά» για αύξηση της ρευστότητας

### 1. Επιλογή προϊόντων με υψηλή κυκλοφοριακή ταχύτητα

Η υψηλή κυκλοφοριακή ταχύτητα επιτρέπει τη μεγιστοποίηση της κερδοφορίας, αλλά κυρίως τονώνει αποφασιστικά το Ταμείο μας. Αν έχω πίστωση από τον προμηθευτή μου π.χ. τρεις μήνες και καταφέρω και «γυρίσω» το εμπόρευμα μου περισσότερες φορές από μια, καταφέρνω στην ουσία μεγιστοποίηση της κερδοφορίας με ταυτόχρονη αύξηση της ρευστότητας μου.

Με άλλα λόγια δανείζομαι κεφάλαια από τον προμηθευτή μου αντί της Τράπεζας και χωρίς επιτόκιο!

### 2. Επιλογή «σωστών» προϊόντων

Επιλέγουμε προϊόντα που διακρίνονται για την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητά τους ως πρώτο κριτήριο και ως δεύτερο κριτήριο την καινοτομία ή τη διαφοροποίηση στην κατηγορία τους.

### 3. Επιλογή «σωστών» προμηθευτών

Επιλέγουμε προμηθευτές που ασπάζονται τη φιλοσοφία του αμοιβαίου οφέλους (win-win) καθώς επίσης και για την προσήλωσή τους ν' αναπτυχθούν μέσα από το κανάλι του φαρμακείου και δεν «κλείνουν το μάτι» στην επιλεκτική ή τη mass αγορά.

### 4. Γρήγορη ρευστοποίηση του στοκ

Έχει υπολογισθεί ότι το μέσο ελληνικό φαρμακείο διαθέτει αποθήκη περίπου 150.000 ευρώ. Αν καταφέρει και την μειώσει μόνο κατά 20%, αποκτά κεφάλαιο (που έχει ήδη πληρώσει στον προμηθευτή) που του δίνει τη δυνατότητα να αγοράσει φάρμακα ή άλλη κατηγορία που κρίνει ο ίδιος ότι του είναι περισσότερο αναγκαία.

Η διαδικασία δεν είναι εύκολη και πρέπει να ακολουθηθεί συγκεκριμένη στρατηγική (που θα λάβει υπ' όψη παράγοντες όπως η εποχικότητα, σχέση με προμηθευτή... κλπ.) με μεθοδικότητα και σχολαστικότητα.

Ο καταναλωτής από την άλλη μεριά είναι ιδιαίτερα απαιτητικός όταν επισκέπτεται το φαρμακείο και βρίσκεται αντιμέτωπος με δεκάδες προϊόντα τα οποία θεωρητικά καλύπτουν την ίδια ανάγκη, κάτι που τελικά του προκαλεί σύγχυση και δεν οδηγεί εύκολα σε αγοραστική απόφαση. Στο σημείο αυτό προκύπτει το δίλημμα:

Με ποια προϊόντα να δουλέψω; Σε ποιες υπηρεσίες να στραφώ;

Η απάντηση μέχρι πριν λίγο καιρό ήταν απλή:

Στο όνομα της **ποικιλίας** και της λογικής **«έρχονται σε μένα γιατί τα έχω όλα»**, τα φαρμακεία υπερφόρτωναν εκτός από τα ράφια και την αποθήκη!

Τ' αποτελέσματα αυτής της πεπερασμένης στρατηγικής έγιναν γνωστά με οδυνηρό τρόπο:

- **Μείωση της ρευστότητας** λόγω των δεσμευμένων κεφαλαίων που «αναπαύονται» στο ράφι ή στην αποθήκη,
- **Σύγκρουση** με τους προμηθευτές για την τιμή επιστροφής (αν αυτό ήταν δεκτό),
- **Δέσμευση χώρου** όπου θα μπορούσε ν' αναπτυχθεί μια άλλη μάρκα (κόστος ευκαιρίας),
- **Απομείωση της όποιας υπεραξίας** έχει η μάρκα ή το φαρμακείο

Σε κάθε περίπτωση εφαρμόζουμε το δόγμα:

«Περισσότερα προϊόντα, από λιγότερους προμηθευτές με μεγάλες κυκλοφοριακές ταχύτητες και γρήγορη ρευστοποίηση της αποθήκης».

### Βασικοί δείκτες παρακολούθησης ρευστότητας

Για να μπορούμε να παρακολουθούμε τη ρευστότητα του φαρμακείου είναι απολύτως αναγκαίο να καταστρώσουμε **πλάνο ταμειακών ροών** το οποίο καλό θα είναι να το παρακολουθούμε καθημερινά. Η ενασχόληση με τις ταμειακές ροές δεν απαιτεί περισσότερο από 5' λεπτά την ημέρα και είναι απολύτως χρήσιμη για τον τρόπο που θα υπολογίζουμε τις εισπράξεις, τις πληρωμές και τα σενάρια πληρωμών που πρέπει να κάνουμε για να είμαστε συνεπείς στις υποχρεώσεις μας.

Ενδεικτικά, αναφέρονται ορισμένα στοιχεία που πρέπει να παρακολουθούμε:

#### Δείκτης ταμειακής ρευστότητας (γενικός).

Υπολογίζεται από τον τύπο: Διαθέσιμα Μ.Ο./Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις Μ.Ο.

Ο δείκτης αυτός δείχνει πόσες φορές τα διαθέσιμα περιουσιακά στοιχεία μιας επιχείρησης, καλύπτουν τις τρέχουσες και ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Η τιμή του δείκτη είναι συνήθως <1, ακόμα και οι Τράπεζες δεν εμφανίζουν ταμειακή ρευστότητα μεγαλύτερη της μονάδας

#### Ανακύκλωση απαιτήσεων.

Υπολογίζεται: Ετήσιες Πωλήσεις/Απαιτήσεις Μ.Ο. δηλαδή αν διαιρέσουμε τις πωλήσεις με το μέσο όρο των Απαιτήσεων

Ο δείκτης αυτός δείχνει πόσες φορές μέσα στη χρήση, η επιχείρηση εισπράττει τις απαιτήσεις της.

Η Τιμή του δείκτη για να είναι ικανοποιητικός, πρέπει να είναι αρκετά μεγαλύτερος της μονάδας.

Εξαρτάται βέβαια από τη συνολική πορεία του κλάδου και τις συνθήκες στην αγορά.

#### Μέσος χρόνος είσπραξης απαιτήσεων

Υπολογίζεται: (Απαιτήσεις Μ.Ο.\*365)/Ετήσιες Πωλήσεις  
Ο δείκτης αυτός μας δείχνει σε πόσες ημέρες το φαρμακείο περιμένει να εισπράξει τις απαιτήσεις του, από τη

στιγμή που πραγματοποιήθηκαν οι πωλήσεις του.

Όσο μικρότερος είναι ο χρόνος αυτός, τόσο μεγαλύτερη είναι η ταχύτητα είσπραξης, άρα μικρότερος ο χρόνος δέσμευσης των κεφαλαίων και καλύτερη η θέση του φαρμακείου από την άποψη των χορηγούμενων πιστώσεων.

#### Ανακύκλωση Αποθεμάτων.

Υπολογίζεται: κόστος Πωληθέντων/Αποθέματα Μ.Ο.

Ο δείκτης αυτός μετράει το μέσο ρυθμό ταχύτητας με τον οποίο τα αποθέματα εισέρχονται και εξέρχονται από το φαρμακείο. Με άλλα λόγια δείχνει πόσες φορές το φαρμακείο ξεπούλησε τα εμπορεύματα του και έπρεπε να ξαναγεμίσει τις αποθήκες του μέσα σ' ένα έτος. Υψηλή τιμή του δείκτη, πιθανόν ν' αποτελέσει ένδειξη επιτυχούς διαχείρισης των αποθεμάτων και καλής ταμειακής θέσης του φαρμακείου. Χαμηλή τιμή του δείκτη πιθανόν να σημαίνει ότι το φαρμακείο κινείται με αργούς ρυθμούς, που έχει σαν αποτέλεσμα την δέσμευση κεφαλαίων στα αποθέματα σε σχέση με τις πωλήσεις, καθώς επίσης ότι το φαρμακείο πρέπει να διατηρεί υψηλή ρευστότητα για να ικανοποιεί τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις του.

Αφού υπολογισθούν οι παραπάνω τύποι, στη συνέχεια πρέπει να καταστρωθεί **πλάνο σταθερών και μεταβλητών εσόδων-εξόδων** και να γίνονται **σενάρια ρευστότητας** (What if).

Δηλαδή, αν πληρώσω όλα μου τα έξοδα στις συμφωνημένες ημερομηνίες, διαπιστώνω ότι έχω αρνητικές ταμειακές ροές την τάδε ή δείνα ημερομηνία. Τι μπορώ να κάνω;  
**Σενάριο Α:** Μετακυλύω την πληρωμή του συγκεκριμένου προμηθευτή κατά δύο ημέρες και είμαι εντάξει.

**Σενάριο Β:** Πληρώνω το 80% της οφειλής και τα υπόλοιπα σε μια εβδομάδα.

Για να δουλέψουν αυτά τα σενάρια και να γίνει σωστός προσδιορισμός των ταμειακών ροών, είναι απολύτως αναγκαία η τροφοδότηση με τη σωστή πληροφορία ή δεδομένο. ■

### ΠΡΟΦΙΛ

Ο Γιάννης Κοντάκος είναι οικονομολόγος, απόφοιτος του Πανεπιστημίου Πειραιά. Εργάστηκε επί 12 χρόνια σε πολυεθνικές εταιρίες καταναλωτικών προϊόντων και υψηλής τεχνολογίας ως Sales & Marketing Director. Τα τελευταία εννέα χρόνια έχει ιδρύσει την δική του εταιρία παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών. Ειδικότερα, ασχολείται με στρατηγικό σχεδιασμό, εκπόνηση marketing και business plan, ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού καθώς και εκπαίδευση στελεχών. Έχει εκπαιδεύσει εκατοντάδες φαρμακοποιούς σε όλη την Ελλάδα και έχει παράσχει συμβουλευτικές υπηρεσίες είτε μεμονωμένα σε φαρμακοποιούς, είτε σε ομίλους φαρμακείων.  
Mobile: 6974-038836, E-mail: john@kontakos.net

# Πολιτική χαμηλών τιμών

## 4 βήματα για τη διατήρηση της κερδοφορίας

♦ Από το **ΘΑΝΟ ΧΑΤΖΗΓΑΛΑΝΗ**, Αναπληρωτή Γενικό Διευθυντή του δικτύου φαρμακείων ADVANCE PHARMACIES SA



Μια πολιτική ελκυστικών τιμών είναι σήμερα απαραίτητη, γιατί τη ζητάει ο καταναλωτής ακόμη και στο φαρμακείο!

Αλλά για να διατηρήσετε την κερδοφορία σας πρέπει να εφαρμόσετε αυτή την πολιτική των εκπτώσεων με μέθοδο.

**Κ**αι ξαφνικά η αγορά των φαρμακείων γέμισε εκπτώσεις! Εκπτώσεις στις βιτρίνες, εκπτώσεις σε γόνδολες, εκπτώσεις στους πάγκους, παντού προϊόντα σε έκπτωση. Και το φαινόμενο δεν σταματάει μόνο στο φυσικό χώρο του φαρμακείου. Όλα τα φαρμακεία που έχω την ευκαιρία να συναντήσω τον τελευταίο καιρό, σκέφτονται να υλοποιήσουν e-shop με κύριο στόχο την παροχή μεγαλύτερων εκπτώσεων, που λόγω λειτουργικών εξόδων δεν μπορούν να δώσουν μέσα από το φαρμακείο τους.

Αυτή η κατάσταση με ώθησε να μοιραστώ μαζί σας ορισμένες σκέψεις για το πώς μπορούμε να διατηρήσουμε μια τέτοια πολιτική χαμηλών τιμών και εκπτώσεων, διατηρώντας όσο το δυνατόν την κερδοφορία μας και αποφεύγοντας ταυτόχρονα να μετατρέψουμε το φαρμακείο σε «πάγκο μικροπωλητών»

## Βήμα 1

### Προσδιορίστε ποιοι είναι οι leader κωδικοί στο φαρμακείο σας

Στόχος οποιασδήποτε επιχειρηματικής κίνησης που κάνετε στο φαρμακείο σας είναι η επίτευξη υψηλής απόδοσης του κεφαλαίου που επενδύετε.

Η απόδοση αυτή είναι ανάλογη με το ποσοστό κέρδους με το οποίο «δουλεύετε» ένα προϊόν, αλλά και με τον όγκο των πωλήσεων του.

**Έτσι όταν αποφασίζετε να μειώσετε την κερδοφορία σας ώστε να προσφέρετε χαμηλότερη τιμή σε ένα προϊόν, θα πρέπει για να διατηρήσετε υψηλή απόδοση κεφαλαίου στο συγκεκριμένο προϊόν, να επιτύχετε μεγαλύτερο όγκο πωλήσεων.**

Για αυτό μια κίνηση έκπτωσης θα πρέπει να γίνεται κυρίως σε ταχυκίνητα προϊόντα, που και γρήγορα ανακυκλώνονται, αλλά και που μπορείτε να αγοράσετε σε μεγαλύτερους όγκους, επιτυγχάνοντας έτσι μεγαλύτερες εκπτώσεις από τους προμηθευτές. Και μια και μιλάμε για όγκους, μια νέα τάση που αξίζει να εξετάσετε είναι η συνεργασία με άλλα φαρμακεία, προκειμένου να κάνετε ομαδικές αγορές, επιτυγχάνοντας έτσι μεγαλύτερες εκπτώσεις. Προσοχή βέβαια στη λογιστική διαχείριση μιας τέτοιας κίνησης καθώς και στον προσδιορισμό των ποσοτήτων.

Για τον εντοπισμό των συγκεκριμένων ταχυκίνητων κω-

δικών, μπορούν να σας βοηθήσουν τα στατιστικά πωλήσεων σας, αλλά και η ευρύτερη τάση της αγοράς, που βέβαια απαιτεί και από εσάς παρακολούθηση (π.χ. προϊόντα σε διαφήμιση, ειδικές προσφορές κλπ.). Καλό είναι να παρακολουθείται και τις απαιτήσεις των δικών σας πελατών που πολλές φορές διαμορφώνουν μια εξειδικευμένη αγοραστική τάση σε συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων (προϊόντα βιολογικά, φυτοθεραπεία, ... κα). Και μια και μιλάμε για εντοπισμό των ταχυκίνητων προϊόντων, έχετε αναρωτηθεί αν στο φαρμακείο σας υπάρχουν κωδικοί ή ολόκληρες μάρκες που «δεν πληρώνουν το νοίκι τους»;

Διαβάστε στο ένθετο αρθράκι παρακάτω μερικές συμβουλές για το πώς μπορείτε να «καθαρίσετε» το φαρμακείο σας από περιττές μάρκες.

## Βήμα 2

### Οργανώστε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα προβολών

Καταρχάς μία προσφορά θα πρέπει να έχει συγκεκριμένη χρονική περίοδο ισχύος, ώστε να δημιουργηθεί στον καταναλωτή η ανάγκη να αγοράσει άμεσα.

Οι προσφορές θα πρέπει να εναλλάσσονται συχνά και να μην περιορίζονται σε μια κατηγορία.

Προσφορές μπορείτε να κάνετε π.χ. σε οδοντόπαστες, σε εποχιακά προϊόντα, best sellers... κλπ.

Υπολογίστε περίπου να έχετε κάθε μήνα περίπου 12 προϊόντα σε «καλύτερη τιμή», χωρισμένα σε 2-3 προϊόντα κατηγορίας OTC, 2-3 προϊόντα κατηγορίας καλλυντικών, 2-3 Συμπληρώματα διατροφής και 2-3 Βρεφικά. Μπορείτε να συμπεριλάβετε και 1-2 Πιεσόμετρα και Θερμόμετρα. Για την καλύτερη διαχείριση και παρακολούθηση του προγράμματος προβολών, θα σας πρότεινα να αναθέσετε σε κάποιον υπάλληλο σας την αρμοδιότητα αυτή. Πολλές φορές έχει αποδειχτεί ότι η ανάθεση παρόμοιων αρμοδιοτήτων εκλαμβάνεται από τον υπάλληλο ως αναγνώριση και ένδειξη εμπιστοσύνης προς το πρόσωπο του, με αποτέλεσμα να έχουμε και ευχαριστημένο τον εργαζόμενο και να επιτύχουμε τους στόχους μας.

Επιλέξτε σημεία προβολής που θα τα σηματοδοτήσετε κατάλληλα και στα οποία θα κατευθύνετε πάντα μαζί με τον πελάτη σας, ώστε να τον συμβουλέψετε. Πολύ καλά σημεία προβολής είναι οι γόνδολες, τα ράφια πίσω από τον πάγκο και ειδικές φωτιζόμενες στήλες, αν υπάρχουν,

στις ραφιέρες.

Τέλος, μπορείτε να εκμεταλλευτείτε για επικοινωνία προϊόντων που είναι χαμηλής τιμής (λιγότερο από 10€), χώρους που ο καταναλωτής περιμένει, όπως ο πάγκος ή κοντά στην σειρά αναμονής.

### Βήμα 3

#### Επικοινωνήστε την Τιμή

**Το μυστικό επιτυχίας μιας επιτυχημένης προσφοράς είναι η σωστή επικοινωνία.**

Δεν πρέπει να επικοινωνείτε ποσοστιαίες εκπτώσεις (π.χ. -20%). Ο καταναλωτής έχει συγκεκριμένα λεφτά στην τσέπη του όταν μπαίνει στο φαρμακείο και πρέπει να τον διευκολύνουμε ώστε να επιλέξει προϊόντα εύκολα και όχι κάνοντας υπολογισμούς. Πολλές φορές μάλιστα η αναγραφή ενός «ξερού» ποσοστού έκπτωσης, χωρίς την αναγραφή της αρχικής τιμής του προϊόντος, δρα αποτρεπτικά, αφού ο ίδιος ο καταναλωτής αποφεύγει να ρωτήσει για τη συγκεκριμένη προσφορά φοβούμενος ότι θα έρθει σε δύσκολη θέση, μιας και το τελικό ποσό μπορεί να είναι πάνω από τα λεφτά που διαθέτει.

Η επικοινωνία λοιπόν θα πρέπει να είναι με το ακριβές ποσό που θα πληρώσει, όπως αυτό διαμορφώνεται μετά την έκπτωση.

Δηλαδή «από 10€, τώρα μόνο 8€!» ή με «σβήσιμο» με γραμμή κόκκινη του 10€ και με μεγάλα γράμματα αναγραφή του 8€.

Επίσης σύγχρονες έρευνες έχουν δείξει ότι ο καταναλωτής αντιδρά πολύ θετικά σε προσφορές 1+1 ίδιων προϊόντων, ιδιαίτερα αν αυτά είναι καθημερινής φροντίδας και τα χρησιμοποιεί συχνά.

Εναλλακτικές προσφορές μπορεί να είναι στα 2 προϊόντα το 3<sup>ο</sup> δώρο ή 2 προϊόντα μόνο με 15€... κλπ.

Για την αναγραφή της προσφοράς καλό είναι να μη χρησιμοποιείτε χαρτόνια και μαρκαδόρους, αλλά αγοράστε και εκτυπώστε υλικά με ενιαίο χρώμα ανάλογα τη προσφορά (π.χ. «Ακροβάτες» ραφιού με πορτοκαλί τιμή για best price προϊόντα ή κόκκινο «forex» για ειδικές προσφορές κλπ.). Ο καταναλωτής έτσι θα μάθει σιγά-σιγά

να εντοπίζει άμεσα τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν.

Βέβαια κάθε μήνα είναι καλό να εκτυπώνετε και ένα έντυπο που θα υπάρχει στον πάγκο σας και θα παρουσιάζει συνολικά τις προσφορές και τα Best Price προϊόντα σας.

### Βήμα 4

#### Η χαμηλή τιμή μόνο δεν φτάνει

Το να έχετε εντάξει στη στρατηγική σας μόνο την παροχή χαμηλής τιμής δεν εξασφαλίζει την άνοδο των πωλήσεων σας. Μη ξεχνάτε ότι το κύριο στοιχείο στο οποίο διαφέρετε από τα άλλα κανάλια διανομής, είναι η δυνατότητα σας να προσφέρετε προσωπική επιστημονική συμβουλή στον πελάτη σας.

Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να ρίξετε ιδιαίτερο βάρος στην εκπαίδευση του προσωπικού σας, μέσω οργανωμένου ετήσιου πλάνου εκπαιδεύσεων.

Και επειδή για την ανάγκη εκπαίδευσης είμαι σίγουρος ότι θα σας έχουν μιλήσει όλοι, θα σταθώ σε μια διαφορετική εκπαίδευση που χρειάζεται το προσωπικό σας αλλά ίσως και εσείς.

Οι περισσότερες πρόσφατες έρευνες έχουν δείξει ότι ο καταναλωτής προσφεύγει πρωταρχικά στο φαρμακείο και το φαρμακοποιό του για την κάλυψη καθημερινών θεμάτων υγείας, έναντι επίσκεψης σε κάποιον γιατρό. Αυτό σημαίνει ότι το φαρμακείο πρέπει να είναι σε θέση να υποδεχθεί και να συμβουλευθεί κατάλληλα τον καταναλωτή αυτόν.

Επικεντρωθείτε λοιπόν στην εκπαίδευση που αφορά συγκεκριμένα θέματα καθημερινής υγείας, ακολουθώντας τα εξής βήματα:

1. Διερεύνηση της ανάγκης,
2. Άμεση συμβουλή,
3. Πρόταση επιθυμητού αποτελέσματος, και στη συνέχεια
4. Πρόταση των ανάλογων προϊόντων.

Σημαντικό επίσης είναι να δώσετε ιδιαίτερο βάρος σε θέματα εκπαίδευσης που αφορούν την εξυπηρέτηση του πελάτη, αφού τώρα πια ο καταναλωτής δεν επιλέγει το φαρμακείο με κριτήριο την προσωπική σχέση με τον φαρμακοποιό, αλλά πρωταρχικά με κριτήριο την ποιότητα εξυπηρέτησης! ■

#### Ας έχετε πάντα υπόψη σας

Ο συνδυασμός χαμηλής τιμής που όμως συνοδεύετε από υψηλής αξίας συμβουλή επιφέρει:

- Πιστότητα πελάτη
- Μεγαλύτερες πωλήσεις
- Και σας διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό, αφού ο καταναλωτής δεν θα σας «εκτιμήσει» με μόνο κριτήριο την τιμή.



## Πετύχετε τους στόχους σας **in Advance**



Εγγυημένα    Επαγγελματικά    Αποτελεσματικά

Η δύναμη του μεγαλύτερου δικτύου φαρμακείων, τα έμπειρα στελέχη του, η ξεκάθαρη στρατηγική του και τα μέχρι τώρα ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ αποτελούν εγγύηση για όσους επιθυμούν να δημιουργήσουν ένα φαρμακείο προσαρμοσμένο στις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς. Εμείς, οι φαρμακοποιοί-μέλη της ADVANCE PHARMACIES σας προσκαλούμε να γίνετε μέλος της ομάδας μας και να γνωρίσετε από κοντά τα οφέλη και τις υπηρεσίες του δικτύου μας.

ADVANCE PHARMACIES S.A., Αθ.Παναγούλη 8 & Γούρδωνος, Ν.Ιωνία, Αθήνα, Τηλ.: 210 2711840, Fax: 210 2711841  
E-mail: [contact@advancepharmacies.gr](mailto:contact@advancepharmacies.gr)

## Απαλλαχτείτε από «περιττές» μάρκες



Οι μέρες που ένα φαρμακείο είχε την «πολυτέλεια» να διατηρήσει όλες τις μάρκες, ακόμα και αυτές που δεν πουλάνε, έχουν πια περάσει!

Τόσο η ανάγκη για ρευστότητα αλλά και η ανάγκη για συχνή ανανέωση του προϊοντικού μείγματος, με στόχο τη διαφοροποίηση, επιβάλλουν να κάνετε «εκκαθάριση» συχνότερα στο φαρμακείο σας.

Αρχικά είναι σημαντικό να γίνει αντιληπτό ότι προϊόντα που βρίσκονται σε stock πολύ καιρό είναι για το φαρμακείο σας χαμένοι πόροι και τελικά σας κοστίζουν ακριβότερα από ότι αξίζουν. Κατόπιν πρέπει να κατανοήσετε ότι το «ξεστοκάρισμα» είναι μια διαδικασία που απαιτεί χρόνο και ταυτόχρονα προϋποθέτει κάποιες απαραίτητες κινήσεις που πρέπει να γίνουν, ώστε να

εξασφαλιστεί το επιτυχημένο αποτέλεσμα, χωρίς να έρθετε σε δύσκολη θέση απέναντι στον πελάτη σας

που μέχρι τώρα χρησιμοποιούσε τα προϊόντα της συγκεκριμένης μάρκας.

Γι' αυτό το να σταματήσουμε να δουλεύουμε μια μάρκα πρέπει να ανακοινωθεί ξεκάθαρα στους πελάτες μας, χωρίς όμως να αναλωθούμε σε μακρόσυρτες διευκρινίσεις και συζητήσεις.

Παρακάτω μπορείτε να βρείτε μερικές χρήσιμες συμβουλές για το πώς μπορείτε να απαλλαγείτε «αναίμακτα» από μια μάρκα.

### Κάντε δελεαστικές προσφορές

- Σε ένα μεγάλο καλάθι ή σε ένα stand πάγκου, τοποθετήστε όλους τους κωδικούς της μάρκας.
- Κρεμάστε ένα όμορφο poster που να επικοινωνεί ένα **γενναίο ποσοστό έκπτωσης**. Προσοχή το ποσοστό αυτό **δεν πρέπει να είναι λιγότερο από 40%** και πρέπει να είναι το ίδιο από την αρχή έως το τέλος της προσφοράς.
- Αποφύγετε να ξεκινήσετε με 30% και στη συνέχεια αν δείτε ότι δεν πουλάει να το κάνετε ξαφνικά 50%.
- Μην ξεχάσετε να αναγράφετε σε όλα τα προϊόντα ξεκάθαρα την αρχική τους τιμή και στο poster να αναγράφετε ότι η έκπτωση είναι άμεση, π.χ. «*Τώρα με έκπτωση -40%*».
- Επίσης αν το stock είναι αρκετό, επιλέξτε σε κάποιους κωδικούς να δημιουργήσετε «πακέτα» 1+1 δώρο.

### Μην επιλέγετε μάρκες μόνο με οικονομικά κριτήρια

Ξεκαθάρισμα δεν γίνεται μόνο σε μάρκες που δεν σας καλύπτουν οικονομικά, δηλαδή δεν έχουν ικανοποιητικά περιθώρια κέρδους ή που δεν πουλάνε ικανοποιητικά.

Ξεκαθάρισμα μπορεί να κάνετε και σε μάρκες που έχουν «κουράσει» τους πελάτες σας, σε μάρκες που δεν ακολουθούν τις τάσεις της αγοράς, ή που επενδύουν περισσότερο σε ανταγωνιστικά κανάλια διανομής, αλλά και σε αυτές που οι εταιρίες που τα αντιπροσωπεύουν δεν σας υποστηρίζουν.

Είναι καλό σε κάθε περίπτωση να εξηγήσετε στον πελάτη σας το σκεπτικό της κίνησης που κάνετε και να είστε σίγουροι ότι το μεγαλύτερο μέρος των πελατών σας θα το αποδεχθεί θετικά.

### Προσκαλέστε τον καταναλωτή να ανακαλύψει

Μαζί με την πώληση κάθε προϊόντος από τη μάρκα που αποφασίσατε να σταματήσετε, μη ξεχάσετε να δώσετε στον πελάτη σας την ευκαιρία να γνωρίσει την καινούργια σειρά που αντικαθιστά τη μάρκα που μέχρι τώρα χρησιμοποιούσε.

Αυτό μπορείτε να το επιτύχετε με την παροχή δειγμάτων (καλό είναι να δίνετε δείγματα σε προϊόντα αντίστοιχα με αυτά που χρησιμοποιούσε έως τώρα) και την παροχή σχετικών ενημερωτικών φυλλαδίων.

Την όλη κίνηση σας θα την ενίσχυε ιδιαίτερα η παροχή ενός εκπτώτικου κουπονιού ή μιας απλής προσφοράς γνωριμίας (10% έως 15%) για την αγορά προϊόντων από τη νέα μάρκα.

Τέλος την επόμενη φορά που θα επισκεφθεί ο πελάτης το φαρμακείο σας μη ξεχάσετε να τον ρωτήσετε αν του άρεσε το δείγμα που του δώσατε.

Αν όμως για οποιοδήποτε λόγο ο πελάτης σας δεν θέλει να σταματήσει τη προηγούμενη μάρκα του, προθυμοποιείτε να καλύψτε την ανάγκη του από την φαρμακαποθήκη σας, ενημερώνοντας τον πάντα για τυχόν αυξημένη τιμή ή πιθανότητα μικρής χρονικής καθυστέρησης της παράδοσης.

**Καλή Επιτυχία!**



InterMed  
Pharmaceutical Laboratories

EVA  
biolact®

Λήψη αντιβίωσης  
που οδηγεί  
σε κολπίτιδα;



20 κάψουλες

CAPSULES

Lactobacillus coagulans  
ΠΡΟΪΟΝ ΕΙΔΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ



Προβιοτικό σε κάψουλες ειδικά σχεδιασμένο για την αποτελεσματική πρόληψη των διαταραχών της φυσιολογικής χλωρίδας του κόλπου αλλά και του εντέρου της γυναίκας που λαμβάνει αντιβίωση για οποιαδήποτε αιτία, με σκοπό την αποτροπή εκδήλωσης παθολογικών καταστάσεων όπως η κολπίτιδα & η διάρροια.

... & αν η κολπίτιδα ήδη σας ταλαιπωρεί



EVA BIOLACT OVULES  
Κολπικά υπόθετα



EVA BIOLACT DOUCHE  
Κολπικές πλύσεις μιας χρήσης

EVA PRODUCTS: Η πληρέστερη σειρά προϊόντων φροντίδας & προστασίας της αιδοιοκολπικής περιοχής της γυναίκας

ΧΩΡΙΣ ΟΡΜΟΝΕΣ & ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΕΣ ΟΥΣΙΕΣ

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΟΝ ΙΑΤΡΟ Η ΤΟΝ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ

INTERMED S.A.  
Pharmaceutical Laboratories

Καλυφτάκη 27 145 64, Κηφισιά, Τηλ.: 210.6253905, Fax: 210.6253906  
www.intermed.com.gr, www.facebook.com/intermed.com.gr



Κα EVA BIOLACT 1: 11/12



# Βιτρίνα... το άμεσο εργαλείο για την προώθηση

## των υπηρεσιών σας

Η βιτρίνα σας είναι η συσκευασία του προϊόντος σας!

◆ Από τον **ΑΝΤΩΝΗ ΦΟΥΣΤΕΡΗ**, Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο της DELKAT ATE



Η Βιτρίνα αποτελεί το πρώτο εργαλείο για την επικοινωνία του φαρμακείου με τους πελάτες του, μέσω της οποίας μπορεί να προβάλει τα μηνύματά του, αλλά και να ενημερώσει για νέες υπηρεσίες και προϊόντα.

Η Βιτρίνα πρέπει να «πουλάει»!

**Σ**ήμερα καθώς οι εξελίξεις τρέχουν και οι ρυθμοί της οικονομικής κρίσης και της πραγματικότητας έχουν αρχίσει να γίνονται εντονότεροι, είναι επιτακτική ανάγκη να στραφούμε σε νέες λύσεις και διεξόδους για τη βελτιστοποίηση των πωλήσεων στα φαρμακεία.

Τα φαρμακεία αποτελούν ένα ευαίσθητο κλάδο που πλήττεται άμεσα από τη σημερινή κατάσταση. Ήρθε λοιπόν ο καιρός για δραστικές λύσεις στη διαμόρφωση της εικόνας του που θα το διαφοροποιήσουν από άλλα κανάλια διανομής, θα δαλεάσουν και θα αυξήσουν την επισκεψιμότητα του και θα "κλέψουν" καταναλωτές από άλλα κανάλια. Συνεπώς η βιτρίνα του φαρμακείου σας αποτελεί το πρώτο και άμεσο εργαλείο στην προσέλκυση και την ενθέρωση του κοινού σας. Η διαφοροποίηση του φαρμακείου σας θα έρθει μέσα από τη διαφορετικότητα της βιτρίνας σας, μιας που αποτελεί την πρώτη επαφή σας με το κοινό. Η βιτρίνα είναι η πρώτη εντύπωση προς τον καταναλωτή και πρέπει να δημιουργεί θετική προδιάθεση στον πελάτη. Τα φαρμακεία όμως, ενώ δίνουν έμφαση στην εσωτερική διακόσμηση του χώρου τους έχουν την τάση να παραμελούν αυτό το βασικό στοιχείο επικοινωνίας, τη βιτρίνα τους!

### Η Βιτρίνα, μέσο προσέλκυσης και εντυπωσιασμού

Η βιτρίνα είναι η πρώτη εικόνα σας προς τον καταναλωτή και παρουσιάζει το ξεχωριστό και ιδιαίτερο χαρακτήρα κάθε φαρμακείου. Ίσως είναι η μόνη και ποιο αποδοτική επένδυση που έχετε στα χέρια σας και μπορεί να σας δώσει άμεσα αποτελέσματα.

Σαν το πιο πολύτιμο εργαλείο επικοινωνίας σας, η βιτρίνα πρέπει να ακολουθεί τους κανόνες και τις αρχές του Marketing. Η επικοινωνία της με τους καταναλωτές πρέπει να ακολουθεί πιστά το μήνυμα που θέλετε να περάσετε και να προϋδεάζει το κοινό.

Η βιτρίνα δίνει την πρώτη εντύπωση, την αρχική εικόνα, και θα πρέπει αναμφίβολα να δίνει στοιχεία στον πελάτη σχετικά με το χώρο σας καθώς και την εμπειρία που θα έχει μπαίνοντας μέσα στο φαρμακείο σας.

Δημιουργώντας μία δαλεαστική βιτρίνα και περνώντας στο κοινό σας ένα έντονο και άμεσο μήνυμα, τους δίνετε την εντύπωση για μία ισχυρή και αντιπροσωπευτική παρουσία μέσα στο χώρο του φαρμακείου. Με τον τρόπο αυτό τους δημιουργείτε τη διάθεση να έρθουν και να περιηγηθούν στο χώρο σας.

Μέσω μίας σωστά δομημένης και οργανωμένης βιτρίνας, αυξάνετε τα ποσοστά της αυθόρμητης πώλησης και δίνετε το έναυσμα στους καταναλωτές για να μπουν και να περιηγηθούν στο φαρμακείο σας.

Για να φτάσετε όμως σε αυτό το αποτέλεσμα, θεωρείται απαραίτητο να δομήσετε τη βιτρίνα σας μέσω σωστών βημάτων.

### Τα βήματα για τη διαμόρφωση της εικόνας του φαρμακείου σας

Όπως αναφέραμε και νωρίτερα, η βιτρίνα αποτελεί το άμεσο μέσο επικοινωνίας του φαρμακείου σας με το καταναλωτικό κοινό, γι' αυτό πρέπει να μπει σε προτεραιότητα η σωστή και αποδοτική οργάνωση και αξιοποίηση της. Τα βήματα που απαιτούνται για την ολοκληρωμένη οργάνωση της, προσδιορίζονται από τη συμβουλευτική πολιτική που πρέπει να ορίσει ο φαρμακοποιός αλλά και τη στρατηγική των πωλήσεων του.

#### Βήμα 1°

##### Σε ποιους αναφέρεται η βιτρίνα σας;

Είναι χρήσιμο πριν ξεκινήσετε την οργάνωση της βιτρίνας σας να μπορέσετε να αναλύσετε το κοινό στο οποίο απευθύνεστε, δηλαδή να μπορέσετε να δείτε από ποιους απαρτίζεται η συνήθης πελατεία σας. Ανάλογα με την περιοχή, στην οποία είναι το φαρμακείο σας, θα μπορέσετε με μία απλή έρευνα, να δείτε τα ποσοστά του κοινού σας σε ηλικιακές ομάδες και πως μπορείτε να τους προσεγγίσετε. Ή ακόμη από το επαγγελματικό τους status μπορείτε να προσδιορίσετε τις αγορές τους και να δημιουργήσετε μία ελκυστική βιτρίνα γι' αυτούς.

Για παράδειγμα σε μία γειτονιά, όπου υπάρχει δημοτικό σχολείο κοντά, θα ήταν αποδοτικό για την οργάνωση της βιτρίνας σας, να παρουσιάζονται προϊόντα ή και συμβουλές που να απευθύνονται σε γονείς με μικρά παιδιά, σχετικά με όσα χρειάζονται τα παιδιά. Λ.χ. θα μπορούσε να υπάρχει μία προβολή για γρίπη, για ιώσεις ή ακόμα και τις ψείρες.

Σε μία άλλη περίπτωση εάν το φαρμακείο σας είναι κοντά σε συγκρότημα γραφείων, προϊόντα για παράδειγμα, σχετικά με την τόνωση του οργανισμού και πολυβιταμίνες, αποτελούν για τη βιτρίνα σας ένα θέμα οργάνωσης, που θα βελτιώσει τις πωλήσεις σας στο συγκεκριμένο κοινό και για τη συγκεκριμένη κατηγορία.

### Χρυσές Συμβουλές για μια αποδοτική βιτρίνα

- Η βιτρίνα σας να είναι πάντα περιποιημένη και καθαρή. Το φαρμακείο είναι ένας χώρος υγείας και αυτό περιμένουν να δουν και οι πελάτες σας
- Να υπάρχει πάντα οπτική επικοινωνία μεταξύ της βιτρίνας και του εσωτερικού σας χώρου, έτσι ώστε ο πελάτης σας να μπορεί να βλέπει εσωτερικά το φαρμακείο σας
- Να μην έχετε υπερφορτωμένη βιτρίνα με πολλά μηνύματα, γιατί το μήνυμα που θέλετε να περάσετε στους πελάτες σας δεν γίνεται άμεσα αντιληπτό
- Μην δημιουργείτε μόνο μία καλαίσθητη βιτρίνα αλλά και μία βιτρίνα που θα δίνει το χαρακτήρα και τη διαφορετικότητα του σημείου
- Να αλλάζετε συχνά τη θεματολογία της βιτρίνας σας, για να μη κουράζει τους καταναλωτές σας και δημιουργεί μία εικόνα «βαρετού» καταστήματος
- Φροντίστε το φωτισμό της βιτρίνας σας ιδιαίτερα το βράδυ, καθώς και τα χρώματα των υλικών της να βρίσκονται σε αρμονία
- Ακολουθήστε μια θεματολογία σύμφωνα με την εποχικότητα

### Βήμα 2° Πως πρέπει να παρουσιάσετε το μήνυμα, που θέλετε να περάσετε στο κοινό σας;

Για να μπορέσετε να περάσετε το μήνυμα που θέλετε, θα πρέπει να είναι σωστά προσαρμοσμένο και ανάλογο με τις ανάγκες του καταναλωτικού σας κοινού. Η βιτρίνα σας θα πρέπει να δίνει το στίγμα των υπηρεσιών που θέλετε να προβάλετε. Προσοχή όμως, θα πρέπει να είναι σωστά δομημένη χωρίς στοιχεία άμεσου εντυπωσιασμού, δηλαδή φανταχτερά χρώματα και υπερβολές, που ξεφεύγουν από τα όρια της προβολής μιας καμπάνιας ή κάποιων προϊόντων.

Η βιτρίνα σας θα πρέπει να περιέχει ένα μήνυμα (και όχι πληθώρα μηνυμάτων), το οποίο θα γίνεται εύκολα και άμεσα αντιληπτό. Παράλληλα να προβάλλετε προϊόντα, τα οποία έχουν μία λογική σειρά σε σχέση με την καμπάνια που θέλετε να επικοινωνήσετε ή προϊόντα κάποιας συγκεκριμένης μάρκας που θα έχουν κι αυτά μία μέθοδο προβολής της μάρκας αυτής.

Προσοχή όμως, στην προβολή προϊόντων από συγκεκριμένες μάρκες. Οι περισσότερες εταιρείες θέλοντας να διαφημίσουν τα προϊόντα τους, προτείνουν στους φαρμακοποιούς να κάνουν αυτές την οργάνωση της βιτρίνας τους. Αυτό εμπεριέχει τους εξής κινδύνους: τα φαρμακεία μοιάζουν μεταξύ τους, χωρίς να δείχνουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα τους στους πελάτες τους και δίνουν την εικόνα με αυτό που ονομάζουμε κοινώς «Καλλυντικάδικο...». Συνεπώς ο φαρμακοποιός θα πρέπει φυσικά να επωφεληθεί απ' αυτή τη υπηρεσία των εταιρειών και όχι μόνο

στη βιτρίνα του αλλά και στον εσωτερικό του χώρο, αλλά να κρατά πάντα τον τελευταίο λόγο, ώστε να αποφεύγεται η υπερφόρτωση μηνυμάτων και υλικών προβολής. Αυτές οι τεχνικές προβολής των εταιρειών να μην βοηθούν και προάγουν την προβολή των συγκεκριμένων μαρκών, αλλά συχνά δεν βοηθούν στην προώθηση των υπηρεσιών του φαρμακείου, αναδεικνύοντας τη συμβουλευτική του πλευρά.

### Βήμα 3° Δημιουργήστε ένα ενδεικτικό πλάνο προβολής ανάλογα με τη χρονική περίοδο

Είναι αρκετά ελκυστικό προς τους πελάτες σας, να αλλάζει η βιτρίνα ανάλογα με τη χρονική περίοδο που διανύουμε. Λόγου χάριν θεματικές ενότητες ανάλογα με τις χρονικές περιόδους, όπως το καλοκαίρι θα ήταν χρησιμη μία προβολή στη βιτρίνα με αντηλιακά ή με προϊόντα που είναι για τους ερεθισμούς από τα τσιμπήματα εντόμων. Εκτός από αυτά υπάρχει η δυνατότητα για θεματικές προβολές καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, π.χ. προβολή για τη γρίπη, για ιώσεις που αποτελούν μία έμπνευση για την οργάνωση της βιτρίνας σας περνώντας και το μήνυμα που θέλετε να δώσετε με άμεσο κι αποδοτικό τρόπο. Δημιουργώντας μία βιτρίνα θεματικής προβολής, οι πελάτες σας προσκομίζουν μία πρώτη εντύπωση για τη φροντίδα στο πρόβλημα που μπορεί να έχουν εκείνη τη δεδομένη περίοδο.

Προσοχή και πάλι όμως στην οργάνωση της βιτρίνας, να μην είναι «φορτωμένη» για να μη μπερδεύει το κοινό, αλλά να δίνει λύσεις για συγκεκριμένα προβλήματα.

### Χρησιμοποιώντας σωστά τους κανόνες οργάνωσης της βιτρίνας σας.

Οι κανόνες που απαρίζουν μία καλά οργανωμένη βιτρίνα είναι αρκετοί αλλά θα πρέπει να χρησιμοποιούνται ανάλογα με την περίπτωση του κάθε φαρμακείου.

Κάθε φαρμακείο είναι μοναδικό και πρέπει να αναδεικνύει το δικό του στίγμα στους πελάτες του.


Πέρα όμως από τους κανόνες της οργάνωσης υπάρχουν και οι χρυσές συμβουλές, που δεν είναι τίποτα άλλο από γενικές οδηγίες που θα πρέπει να εφαρμόσετε. ■

### ΠΡΟΦΙΛ

**Ο Αντώνης Φουστέρης είναι Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της DELKAT ATE, έχοντας εμπειρία πάνω από 20 χρόνια στο φαρμακευτικό κλάδο ως εμπορικός διευθυντής μεγάλων Πολυεθνικών εταιρειών: La Roche Posey, Vichy, L'Oreal κ.α. Η DELKAT ATE με πολυετή πείρα στη διαμόρφωση και διαχείριση της ταυτότητας μεγάλων εθνικών αλυσίδων, επεκτείνεται και στον κλάδο των φαρμακείων, έχοντας δημιουργήσει τη DELKAT pharma, για την ανανέωση και ανάπτυξη της εταιρικής ταυτότητάς τους.**

## Αναβαθμίστε το φαρμακείο σας με την πείρα μας

### Έρευνα και καθορισμός νέων αναγκών




Προσδιορίζουμε τις ανάγκες σας σύμφωνα με τις τάσεις της αγοράς για τη δημιουργία της σύγχρονης ταυτότητας του φαρμακείου σας.

### Εύρεση Λύσεων



Σχεδιάζουμε τη νέα ταυτότητα του φαρμακείου σας με έμφαση στην ανάπτυξη νέων υπηρεσιών. Ανάλυση Marketing με στόχο τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην αγορά των φαρμακείων.

### Υλοποίηση των στόχων σας



#### Τεχνικές Προβολής

Merchandising - Έντυπη, Ψηφιακή Επικοινωνία  
Προωθητικές ενέργειες - Καμπάνιες Εποχικότητας

#### Εμπορικές Λύσεις

Κάρτα Πιστότητας πελατών  
Χρηματοδοτήσεις - Μηχανογράφηση

#### Ανακαίνιση

Ολική - Μερική - Διαμόρφωση Χώρου

#### Εκπαίδευση

Σεμινάρια Εξυπηρέτησης Πελατών  
Management - Νέες Τεχνολογίες

### Παρακολούθηση Έργου



Είμαστε διαρκώς δίπλα σας για να αναλύσουμε τα άμεσα & σίγουρα αποτελέσματα της νέας ταυτότητας του φαρμακείου σας.

# e-commerce, Προοπτικές για το φαρμακείο

♦ Από την **ΕΛΕΝΗ ΑΜΠΑΤΖΗ**, Σύμβουλο Επικοινωνίας και Τεχνολογίας

Οι αγορές μέσω ίντερνετ αυξάνονται συνεχώς. Όλες οι εταιρίες επενδύουν πλέον σε διαφημίσεις στο ίντερνετ, οδηγώντας τους καταναλωτές στο συγκεκριμένο κανάλι. Το φαρμακείο πρέπει να αδράξει την ευκαιρία, δημιουργώντας το κατάλληλο προφίλ στο διαδίκτυο, ώστε να κερδίσει το φυσικό αλλά και το διαδικτυακό του πελάτη.



### Τι είναι το e-commerce (ηλεκτρονικό εμπόριο);

Με τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο αναφερόμαστε στη διαδικασία συναλλαγής (πώληση, αγορά ή ανταλλαγή) προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών που πραγματοποιείται με τη χρήση δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών, κινητών τηλεφώνων και tablets. Με άλλα λόγια, το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι, στην απλούστερη μορφή του, οποιαδήποτε επιχειρησιακή συναλλαγή, η οποία πραγματοποιείται μέσω ψηφιακών διαδικασιών και δικτύων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο από επιχειρήσεις προς καταναλωτές (B2C- Business-to-Consumer e-commerce) αποτελεί την πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε δικτυακά καταστήματα, βλέπει, ψάχνει, επιλέγει, (π.χ. αν επιθυμεί να αγοράσει είδη ένδυσης μπορεί ενίοτε και να τα δοκιμάζει μέσω ειδικών προγραμμάτων), ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να βρει εύκολα στην περιοχή του ή στη χώρα του, συγκρίνει τιμές, διαβάζει σχόλια άλλων καταναλωτών και, τέλος, αγοράζει. Κι όλα αυτά μπορεί να τα κάνει από το σπίτι του ή το γραφείο του.

### Οι Έλληνες καταναλωτές επιμένουν ιντερνετικά

Οι Έλληνες καταναλωτές ολοένα και περισσότερο στρέφονται στις αγορές μέσω του διαδικτύου. Το συμπέρασμα αυτό απορρέει από πρόσφατη έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, που διενήργησαν ο καθηγητής Γιώργος Δουκίδης και η καθηγήτρια κα Φραϊδάκη. Η έρευνα αφορά τη συνολική αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην Ελλάδα και καταγράφει τη συμπεριφορά των Ελλήνων on-line καταναλωτών για το 2011. Η αυξητική τάση των on-line καταναλωτών στην Ελλάδα φαίνεται ευδιάκριτα από το γεγονός ότι το 2006 μόνον 200.000 Έλληνες έκαναν αγορές μέσω του διαδικτύου, ενώ το 2011 ο αριθμός αυτός αυξήθηκε κατακόρυφα.

**Συγκεκριμένα, το 2011, συνολικά 1,5 εκατ. Έλληνες (33% επί των χρηστών του ίντερνετ) έκαναν αγορές προϊόντων on-line, αξίας 1,7 δις ευρώ.**

Στη λίστα, την πρωτιά κατέχουν τα προϊόντα Πληροφορικής, ακολουθούν τα ηλεκτρονικά είδη, οι κρατήσεις εισιτηρίων και οι ηλεκτρικές συσκευές. Όσον αφορά τη συχνότητα, αύξηση παρουσιάζουν η αγορά εισιτηρίων για θέατρα κλπ., η αγορά ενδυμάτων και υποδημάτων, οι παραγγελίες φαγητού, τα ηλεκτρονικά και on-line παιχνίδια, τα καλλυντικά, τα κοσμήματα και τέλος, τα προϊόντα σούπερ μάρκετ.

Αναφορικά με την αύξηση των κατηγοριών, από την έρευνα προκύπτει ότι ραγδαία αύξηση παρουσίασαν το 2011, σε σύγκριση με το 2010, οι παραγγελίες έτοιμου φαγητού, η αγορά καλλυντικών, η αγορά κοσμημάτων και ρολογιών, τα προϊόντα σούπερ μάρκετ και τα είδη ένδυσης.

### Η διαφήμιση μεταφέρεται στο ίντερνετ και οι καταναλωτές ακολουθούν

Πρόσφατη έρευνα της Hellastat έφερε στο φως το συμπέρασμα ότι η διαδικτυακή διαφήμιση κινείται αυξητικά, σε αντίθεση με την κρίση που πλήττει το χώρο των εφημερίδων και των περιοδικών, μέσα για τα οποία το διαφημιστικό budget των εταιριών συρρικνώνεται απειλητικά. Σύμφωνα με στοιχεία της Media Services, το 2011 η συνολική διαφημιστική δαπάνη μειώθηκε κατά 15%, στα €1,6 δισ. Τα περιοδικά και οι εφημερίδες κατέγραψαν απώλειες της τάξης του -22,3% και -17% αντίστοιχα. Η μέση κυκλοφορία των κυριακάτικων εφημερίδων μειώθηκε κατά 10%, ενώ οι απογευματινές κατέγραψαν πτώση της τάξης του 17%. Σύμφωνα με έρευνα της Nielsen (δημοσιευμένη το 2012), ποσοστό 92% των καταναλωτών παγκοσμίως δηλώνει ότι εμπιστεύεται περισσότερο ως είδος διαφήμισης το word-of-mouth (από στόμα σε στόμα) και τις προτάσεις φίλων και οικογένειας – το ποσοστό αυτό αυξήθηκε κατά 18% από το 2007.

**Οι online κριτικές των καταναλωτών είναι το δεύτερο πιο εμπιστευόμενο είδος διαφήμισης,** καθώς ποσοστό 70% δηλώνει ότι εμπιστεύεται την πλατφόρμα αυτή – το ποσοστό αυτό αυξήθηκε κατά 15% σε τέσσερα χρόνια.

Ποσοστό 36% των online καταναλωτών παγκοσμίως, αναφέρει ότι εμπιστεύεται τα online διαφημιστικά video και 33% τα μηνύματα των online banner, από 26% που βρισκόταν το 2007.

Τις διαφημίσεις που προβάλλονται στα αποτελέσματα από τις μηχανές αναζήτησης του διαδικτύου τις εμπιστεύεται το 40% των ερωτηθέντων από το 34% που βρισκόταν το 2007, ενώ αυτές των κοινωνικών δικτύων θεωρούνται αξιόπιστες από το 36%.

### Η παρουσία των φαρμακευτικών εταιριών στο διαδίκτυο

Οι φαρμακευτικές εταιρίες και ειδικότερα αυτές στην Ευρώπη κατατάσσονται στους καλύτερους online επικοινωνητές παγκοσμίως σε ανάλυση των Financial Times, όπως αναφέρει δημοσίευμα του Pharma Times. Παρότι η νομοθεσία στην Ευρώπη δεν επιτρέπει τη διαφήμιση στα συνταγογραφούμενα, δεν απαγορεύεται στις εταιρίες να επιμελούνται ενδεδειγμένα το εταιρικό τους προφίλ. Σύμφωνα με την ανάλυση αυτή, 6 από τις top 20 εταιρίες ως προς την αποτελεσματικότητα της διαδικτυακής τους παρουσίας ανήκουν στη φαρμακευτική βιομηχανία. Η μεγαλύτερη βαθμολογία στην ανάλυση δίνεται στις εταιρίες με ιστοσελίδες οι οποίες είναι καλά δομημένες, αξιοποιούν τα κανάλια του YouTube και των κοινωνικών δικτύων (social media) και εξυπηρετούν καλύτερα τους stakeholders του χρηματιστηρίου.

Οι εταιρίες αυτές έχουν αναγνωρίσει τις δυνατότητες που παρέχει η online επικοινωνία μέσω των ιστοσελίδων και των social media ως προς τη διαχείριση της φήμης τους

και την απόδοση ευθυνών, όπως σημειώνει το δημοσίευμα. Καθώς οι πελάτες, οι επενδυτές, τα ΜΜΕ και όσοι αναζητούν εργασία, όλο και περισσότερο επισκέπτονται τον ιστότοπο μιας εταιρίας για μια εξαρχκή επαφή, η αποτελεσματικότητα της χρήσης του διαδικτύου από τις εταιρίες ολοένα και περισσότερο αποτελεί παράγοντα διαμόρφωσης της φήμης τους και της αποδοτικότητας τους στη φαρμακευτική βιομηχανία.

### Ηλεκτρονικό φαρμακείο: παράθυρο στο διαδίκτυο

Η παρουσία στον κυβερνοχώρο, συντελεί στο να μπορέσει η επιχείρηση να δώσει το στίγμα της στον καταναλωτή που θα κάνει την έρευνα αγοράς ή και την αγορά του από το διαδίκτυο.

Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, ο καταναλωτής έχει ανάγκη από «έξυπνες» και στοχευμένες αγορές. Η αυθόρμητη αγορά (Impulse Buy) περιορίζεται, ο αγοραστής γίνεται επιλεκτικός και αργός στην απόφασή του και τείνει να αποφεύγει να έρχεται σε επαφή με εκπροσώπους πωλήσεων που θα προσπαθήσουν να τον πείσουν να αγοράσει. Ο καταναλωτής θα το σκεφτεί και θα το ξανασκεφτεί, θα ρωτήσει γνώμες, θα πάρει το χρόνο του.

Η εξοικονόμηση χρημάτων είναι η κύρια αφορμή της στροφής του καταναλωτή στο διαδίκτυο. Έχει πλέον «περάσει» στην κουλτούρα του χρήστη διαδικτύου ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο «συμφέρει». Όμως, το κίνητρο στις ηλεκτρονικές αγορές δεν είναι μόνο η εξοικονόμηση χρημάτων. Οι λόγοι που στρέφουν τον καταναλωτή στην ηλεκτρονική αγορά μπορεί να είναι η έλλειψη χρόνου, η απόσταση από εμπορικά κέντρα, η σωματική κούραση, η ανά-



### Μαρτυρία φαρμακοποιού Παναγιώτη Γεωργάλα

Φαρμακείο στο Θησείο, Τ: 2103454144, email:info@pharmacyallday.com

«Διατηρώ το φαρμακείο μου από το 2005. Είναι ένα μέσο τυπικό Ελληνικό φαρμακείο, με τις περιορισμένες δυνατότητες που του δίνει η φυσική του θέση.

Από την αρχή, σκεφτόμουν πώς να αυξήσω την πελατειακή μου βάση και να κάνω ευρύτερα γνωστό το φαρμακείο. Η απάντηση ήταν αυτονόητη μιας και ζούμε στην εποχή του internet και των site κοινωνικής δικτύωσης. Έτσι, τον Οκτώβριο του 2009, μετά από ένα και πλέον χρόνο προετοιμασίας, δημιουργήθηκε ο διαδικτυακός τόπος **www.pharmacyallday.com**. Πέρα από τη σχεδίαση και κατασκευή του site μας, που διαχειρίστηκε έμπειρη εταιρία του χώρου, η κατηγοριοποίηση και τα προϊόντα ανέβηκαν από την ομάδα του φαρμακείου, διαδικασία μακροχρόνια και επίπονη. Επίσης, λόγω της περιορισμένης κίνησης καλλυντικών και παραφαρμάκων στο φυσικό φαρμακείο, χρειάστηκαν 2 και πλέον χρόνια αύξησης πωλήσεων για να μπορέσουμε να έχουμε

ανταγωνιστικές εκπτώσεις από τους προμηθευτές μας. Εδώ, θα ήθελα να τονίσω ότι οι περισσότερες εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο του φαρμακείου, υπήρξαν αρωγοί σε αυτήν την προσπάθεια με φωτογραφίες και περιγραφές προϊόντων. Σήμερα, 3 χρόνια μετά, η επισκεψιμότητα του site αυξάνεται σταθερά, παρ' όλη την είσοδο πολλών και αξιόλογων sites στο χώρο, πράγμα που αποδεικνύει στην πράξη τη στροφή όλο και περισσότερων καταναλωτών στο e-commerce. Οι πελάτες μας προέρχονται απ' όλη την Ελλάδα, από την Κέρκυρα έως τη Σύμη και από την Ορεσιτιάδα μέχρι τη νότια Κρήτη.

**Το βασικό πλεονέκτημα του ηλεκτρονικού φαρμακείου είναι οι καλύτερες τιμές, η ποικιλία προϊόντων και η δυνατότητα παραγγελίας 24 ώρες την ημέρα, 365 ημέρες το χρόνο καθώς και η παραλαβή αυτών στον τόπο που επιθυμεί ο πελάτης.** Παράλληλα, παρέχεται η δυνατότητα συμβουλών από φαρμακοποιό και αισθητικό, τηλεφωνικά και μέσω e-mail. Οι πελάτες του φυσικού φαρμακείου, επωφελούνται από τις τιμές του [www.pharmacyallday.com](http://www.pharmacyallday.com), εφόσον κάνουν την παραγγελία τους ηλεκτρονικά, καθώς υπάρχει μικρή διαφοροποίηση των τιμών. Η πελατειακή βάση είναι 65% γυναίκες και 35% άνδρες, με την ανδρική ομάδα να αυξάνεται ικανοποιητικά. Οι κυριότερες κατηγορίες που ζητούνται είναι τα συμπληρώματα διατροφής, τα προϊόντα αδυνατίσματος, τα αντιπληκτικά καθώς και τα αναλώσιμα.

Αυτή τη στιγμή, είμαστε σε διαδικασία επανασχεδιασμού του site μας, γιατί στο χώρο του e-commerce τα 3 χρόνια λειτουργίας είναι αρκετά για να θεωρηθεί ένα site "παλιό".

Το όραμά μας είναι ένα site με πιο καλή εμφάνιση, πιο εύχρηστο, με πολλές πληροφορίες υγείας, που θα προσφέρει στον καταναλωτή μια πολύ ευχάριστη εμπειρία περιήγησης. Παράλληλα, προσπαθούμε να γίνουμε ακόμη καλύτεροι στην εξυπηρέτηση των πελατών, βελτιώνοντας την ποικιλία, την επάρκεια καθώς και το χρόνο παράδοσης των προϊόντων.

Κλείνοντας, θα ήθελα να τονίσω ότι η λειτουργία site και e-shop απαιτούν πολύ κόπο και θυσίες για ένα φαρμακοποιό, που διαχειρίζεται παράλληλα και το φαρμακείο του, καθώς για να το επιτύχει θα πρέπει να το αντιμετωπίσει ως ξεχωριστή δραστηριότητα και όχι σαν κομμάτι του φαρμακείου του. Επίσης, όπως σε κάθε δραστηριότητα, στα πρώτα χρόνια λειτουργίας εμφανίζονται και πολλές στρεβλώσεις, με κυριότερη τον ανελέητο πόλεμο τιμών που πολλές φορές ξεφεύγει από την κοινή εμπορική λογική και δημιουργεί κακά προηγούμενα στην αγορά.»





Όλες οι εξελίξεις... σ' ένα κλικ!

Στην εποχή των ραγδαίων εξελίξεων η άμεση, πλήρης και αξιόπιστη ενημέρωση είναι αναγκαία και, ταυτόχρονα, αποτελεί σημαντικό «όπλο» για τον κάθε φαρμακοποιό.

Το **[www.pharmanews.gr](http://www.pharmanews.gr)** έρχεται να καλύψει την ανάγκη αυτή, στοχεύοντας να γίνει η πιο δυνατή ενημερωτική πύλη για τους φαρμακοποιούς, αλλά κι ένας διαδικτυακός τόπος συνάντησης ιδεών, απόψεων και προτάσεων για το φαρμακείο του σήμερα και του αύριο.

Επαγγελματικά νέα, αποφάσεις και νόμοι για τη λειτουργία των φαρμακείων, επιστημονικές εξελίξεις, νέα της αγοράς, συνεντεύξεις, παρουσιάσεις και πλήθος άλλων ειδήσεων που ενδιαφέρουν και αφορούν τον σύγχρονο φαρμακοποιό.



**[www.pharmanews.gr](http://www.pharmanews.gr)**

username: abcd

password: 1234

*Η πιο πλήρης και έγκυρη ενημέρωση απέχει μόλις ένα κλικ από όλα τα φαρμακεία, σε κάθε γωνιά της Ελλάδας.*

Με την αξιοπιστία και την εγκυρότητα του

**PharmaNews** 

γκη να κάνει ενδελεχή έρευνα αγοράς πριν προχωρήσει στην απόκτηση αγαθών. Ένα καλοσχεδιασμένο και εύχρηστο ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να προσελκύσει και να κερδίσει τον καταναλωτή. Τελικά, η εξοικονόμηση χρόνου, η μηδαμινή απόσταση από το εμπορικό κέντρο=ηλεκτρονικό κατάστημα, η ξεκούραστη αγορά, η πλήρης μελέτη προϊόντων και απόψεων καταναλωτών, πολλαπλασιάζουν τα οφέλη της αγοράς από το ίντερνετ. Όμως ακόμα και αν ο καταναλωτής αποφασίσει να μην αγοράσει μέσω διαδικτύου, κατά πάσα πιθανότητα θα επιλέξει να κάνει την αγορά του από την επιχείρηση που του έχει εμπνεύσει εμπιστοσύνη και σιγουριά.



Κάθε επιχειρηματίας φαρμακοποιός που στοχεύει στην υγιή ανάπτυξη της επιχείρησής του, οφείλει να έχει τουλάχιστον μία παρουσία στον κυβερνοχώρο.

Η παρουσία αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί από:

1. **Μια απλή, δωρεάν σελίδα** φιλοξενούμενη σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης πχ στο Facebook. Η σελίδα αυτή δημιουργείται με απλές γνώσεις χρήσης ίντερνετ και την προσθήκη φωτογραφιών από το φαρμακείο και κάποια ενδεικτικά προϊόντα. Η φιλοξενούμενη ιστοσελίδα είναι μια πρόχειρη λύση που όμως μπορεί να προβάλλει δωρεάν την επιχείρησή σας σε αρκετά «μάτια». Στη σελίδα αυτή μπορείτε να προβάλλετε προσφορές του φαρμακείου σας.
2. **Μια επίσημη εταιρική ιστοσελίδα** με πληροφοριακό υλικό για την επιχείρηση. Η ιστοσελίδα μπορεί να περιέχει τη φιλοσοφία φαρμακείου, διαθέσιμες μάρκες, συμβουλές ομορφιάς και υγείας, στοιχεία επικοινωνίας. Η δημιουργία ιστοσελίδας είναι μια οικονομική, επαγγελματική λύση. Θα σας βοηθήσει να αποκτήσετε την παρουσία σας στο ίντερνετ με σοβαρό τρόπο. Η ιστοσελίδα καλό θα είναι να έχει υλοποιηθεί από

επαγγελματία που να γνωρίζει το χώρο της ηλεκτρονικής διαφήμισης, ώστε να μπορεί να εμφανίζει την ιστοσελίδα σας σε υψηλές θέσεις στις μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google).

3. **Ένα πλήρες e-shop** αποτελεί την πιο ολοκληρωμένη μορφή εταιρικής ιστοσελίδας. Απαιτεί μια μεγαλύτερη χρηματική επένδυση, αλλά κυρίως απαιτεί πολύ σωστή οργάνωση παραγγελειοληψίας. Όσο εύχρηστο κι εντυπωσιακό κι αν είναι το e-shop σας, δεν θα γίνει ποτέ κερδοφόρο αν δεν έχετε φροντίσει τις διαδικασίες που σχετίζονται με την ικανοποίηση των πελατών σας. Η δημιουργία ενός e-shop μπορεί να δώσει τεράστια δυναμική σε ένα φαρμακείο, χρειάζεται όμως προσεκτική μελέτη μαζί με έναν ειδικό στις διαδικασίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Σε κάθε περίπτωση, είναι σημαντικό να ενημερώνετε τους πελάτες σας για την εταιρική σας παρουσία στο ίντερνετ, είτε τυπώνοντας νέες κάρτες είτε επικοινωνώντας το προφορικά.

Αυτή τη στιγμή, ο αριθμός των φαρμακείων στην Ελλάδα που διατηρούν εταιρική ιστοσελίδα με ηλεκτρονικό κατάστημα ανέρχεται σε κάποιες δεκάδες με ολόένα αυξανόμενη τάση, αφού μέσα στα 2 τελευταία χρόνια δημιουργήθηκαν τα περισσότερα από αυτά. Παράλληλα, λειτουργούν αρκετά e-shops που εμπορεύονται καλλυντικά και συμπληρώματα διατροφής τα οποία δεν ανήκουν σε φαρμακοποιούς.

### Πηγές - Βιβλιογραφία

- Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου – Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών [www.eltrun.gr](http://www.eltrun.gr)
- Εταιρία Ερευνών Nielsen
- Εταιρία Ερευνών Media Services S.A.
- Pharma Market Journal [www.pmjournl.gr](http://www.pmjournl.gr)
- New York Times & Pharma Times ■

### ΠΡΟΦΙΛ

**Η Ελένη Αμπατζή είναι σύμβουλος επιχειρήσεων σε θέματα επικοινωνίας και τεχνολογίας. Εργάστηκε 8 χρόνια στο χώρο της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, σε διεθνή έργα. Τα τελευταία 4 χρόνια εργάστηκε ως Marketing Manager Ελληνικής εταιρίας φυτικών καλλυντικών και παραφαρμάκων. Σπούδασε Χημικός Μηχανικός (ΕΜΠ), απέκτησε MBA (ΟΠΑ), ενώ κάνει Μεταπτυχιακό στην Κλινική Διατροφή στο Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.**

**Email επικοινωνίας – eabatzi@outlook.com**

# προνόμια φαρμακείου

Μία νέα υπηρεσία Πιστότητας πελάτη

## ΝΕΑΣ ΕΠΟΧΗΣ



Για άμεση Επικοινωνία  
με τον πελάτη σας:

- ✓ Σε νέα προϊόντα
- ✓ Σε νέες υπηρεσίες
- ✓ Σε εποχιακές εμπορικές προσφορές & εκπτώσεις
- ✓ Σε ελκυστικές προωθητικές ενέργειες
- ✓ Στη συμμόρφωση του ασθενή στη φαρμακευτική αγωγή

Με τη χρήση νέων Τεχνολογιών  
μέσω κινητής τηλεφωνίας & Internet

## Επενδύστε τώρα στη σύγχρονη επικοινωνία

- +
- Για αύξηση πιστού πελατολογίου
- +
- Για αύξηση τζίρου και κερδοφορίας

ΜΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ

**PHARMACY**  
**management**  
www.PharmaManage.gr ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗ **MEDIHELM SA**

Στην 4<sup>η</sup> Ημερίδα Φαρμακοποιών,  
Κυριακή 20/1/2013 θα γίνει ειδική παρουσίαση

Για περισσότερες πληροφορίες  
Τ.: 210 984 3274  
Φ.: 211 800 5575  
info@PharmaManage.gr

# NOVAQUASOL A<sup>®</sup>

Vitamin A - Dexpanthenol



## Διαχρονική Αξία στη Δερματολογία

Αναπλαστική,  
Αντικνηστώδης  
και Επούλωτική δράση

