

COMUNICATO STAMPA

APRILE: MESE DELLA PREVENZIONE CON BENU FARMACIA, A MILANO

Glicemia, colesterolo e misurazione della pressione sono i test gratuiti accessibili, per tutti, in 158 Farmacie BENU in Italia, di cui 66 attive sulla campagna a Milano, per tutto il mese, nel contesto della Giornata Mondiale della Salute, svoltasi il 7 aprile. Informazioni e prenotazioni tramite App Lloyds o contattando direttamente la farmacia di riferimento. Sono in tutto oltre 41.000 i test gratuiti, di cui circa 10.000 a Milano, effettuati nel 2023 nelle Farmacie BENU di PHOENIX Pharma Italia, che sigla proprio in questi giorni l'avvio ufficiale del nuovo brand e l'attivazione su larga scala degli 'HUB Salute'. LloydsFarmacia passa il testimone a BENU Farmacia: un nuovo brand e l'attenzione alla prevenzione di sempre.

La campagna conferma la vocazione e l'impegno per una concreta attuazione della 'Farmacia dei Servizi', su cui LloydsFarmacia, oggi con BENU Farmacia, è stata pioniera in Italia, oggetto peraltro del Ddl in itinere per essere convertito in legge. **L'iniziativa intende soprattutto essere un segnale di affiancamento e sostegno della cittadinanza**, per stili di vita orientati alla prevenzione, anche alla luce dei più recenti dati sulla povertà sanitaria e sulla rinuncia alle cure. **(1.6 milioni di persone in povertà sanitaria, in Italia.**

Fonte CREA – Centro per la Ricerca Economica Applicata in Sanità)

Elenco Farmacie aderenti: [Servizi gratuiti aprile by Admenta Italia - Issuu](#)

9 aprile 2024

Presentato oggi a Milano, presso la **Farmacia Milano 24 - Via Mario Morgantini, 25 - il Mese della Prevenzione, alla presenza di Lamberto Bertolé, Assessore al Welfare e Salute, Comune di Milano e di Arianna Furia, Customers&Channels Retail Director, PHOENIX Pharma Italia – BENU Farmacia.**

Nel contesto della **Giornata mondiale della Salute** – che come ogni anno si celebra il 7 aprile – BENU Farmacia ha rinnovato il suo impegno, **con la campagna di screening gratuiti per la popolazione, per tutto il mese di aprile.** I test disponibili saranno **glicemia, colesterolo e misurazione della pressione**, in 66 farmacie dell'insegna sul territorio di Milano, che sigla proprio in questi giorni il completamento del percorso di rebranding e l'avvio su larga scala degli 'Hub Salute', nelle BENU Farmacie, a livello nazionale. Il nuovo brand fortemente identitario, la comunicazione completamente rinnovata, il format di farmacia sempre più assortito, creativo, accessibile e accogliente, con l'attenzione di sempre alla prevenzione, si integrano ad un'offerta di servizi ampliata e rinnovata. **È possibile accedere ai test su prenotazione**, tramite App Lloyds, sezione Servizi, o contattando direttamente la Farmacia di riferimento. Elenco Farmacie aderenti: [Servizi gratuiti aprile by Admenta Italia - Issuu](#)

I test proposti sono relativi ad aree di screening cruciali per la salute e il benessere della popolazione, in particolare per le fasce più a rischio. Valori elevati di colesterolo, glicemia e pressione sono da tempo riconosciuti dagli esperti come veri e propri 'killer'. Sono in tutto **oltre 41.000 i test gratuiti, effettuati, fra i mesi di aprile e settembre del 2023**, nelle Farmacie BENU. Grazie al controllo periodico dei valori nel sangue di colesterolo e glicemia e a quello della pressione arteriosa, è possibile cogliere segnali precoci di ipercolesterolemia, diabete, ipertensione, che comportano un aumento del rischio di insorgenza di molte patologie, soprattutto di tipo cardiovascolare. Tali controlli di routine, utili alla prevenzione per tutti, possono evitare peggioramenti dello stato di salute per coloro che siano già affetti da patologie. È da rilevare che i dati del Report ISTAT sulla Prevenzione attestano che fra gli ultra settantacinquenni, uno su quattro non ha controllato colesterolo e glicemia e uno su sei non si è fatto misurare la pressione arteriosa, nell'ultimo anno. (*Prevenzione e fattori di rischio, per la salute in Italia e in Europa - ISTAT 2022*)

"Il welfare di prossimità - dichiara l'assessore al Welfare e Salute del Comune di Milano Lamberto Bertolé - su cui stiamo lavorando individua nelle farmacie un importante punto di riferimento. La diffusione capillare in città e la presenza quotidiana di professionisti della salute a disposizione di cittadini e cittadine le rendono, infatti, un presidio imprescindibile in ogni quartiere. Condividiamo con BENU la scelta di rafforzare sempre di

più il riconoscimento delle farmacie come veri e propri hub dove i milanesi possano non solo acquistare farmaci e prodotti legati alla cura della persona, ma informarsi e mettere in pratica quel principio di prevenzione fondamentale per la diffusione di una vera e propria cultura della salute.”

Con BENU, la farmacia diventa un vero e proprio ‘Hub della Salute’. Il completamento del percorso di rebranding da LloydsFarmacia in BENU Farmacia, sigla **l’avvio delle attività su larga scala degli ‘Hub della Salute’ in farmacia.** Ai servizi di Telemedicina già attivi da tempo, ECG, holter pressorio e cardiaco, si aggiungono, modulandosi alle diverse realtà territoriali: la densitometria ossea, infermiere e consulenza nutrizionale, nonché Giornate della Salute, dedicate a temi di prevenzione specifici, quali fra gli altri, il corretto funzionamento del microcircolo venoso e la salute dell’Occhio, in grado di parlare alle più varie fasce di età.

“Abbiamo scelto di celebrare nuovamente la Giornata mondiale della Salute, con un gesto concreto di attenzione verso l’intera popolazione, confermando ancora il nostro impegno per la prevenzione. Lo scorso anno abbiamo realizzato oltre 41.000 test gratuiti, fra i mesi di aprile e settembre, nelle nostre farmacie. Crediamo si tratti di dati importanti, che testimoniano nei fatti l’adesione della cittadinanza e ci motivano a proseguire su questo cammino, oggi e per il futuro.” È il commento di **Arianna Furia, Customers & Channels Retail Director PHOENIX Pharma Italia – BENU Farmacia.** Con questa e altre iniziative, noi di BENU Farmacia - PHOENIX Pharma Italia - abbiamo scelto di confermare e rinnovare la nostra visione del farmacista come consulente sanitario e di farmacia come presidio, a cui rivolgersi per trovare servizi, consigli e sostegno. L’invito alla cittadinanza è di valorizzare quest’opportunità per monitorare parametri realmente decisivi per la propria salute. Ogni giorno, vogliamo essere sempre più vicini alla popolazione e ai territori, siamo certi che la prevenzione debba essere una priorità. Ci fa poi particolarmente piacere che questa iniziativa coincida con il nuovo percorso e il nuovo brand BENU Farmacia: una nuova storia, con i valori e l’impegno di sempre, rinnovati e confermati. Un grazie alle nostre farmaciste e ai nostri farmacisti, impegnati sul campo, con passione e professionalità.”

BENU Farmacia, insegna retail di PHOENIX Pharma Italia, si contraddistingue da sempre per la sua vicinanza alla popolazione e per l’attenzione ai suoi bisogni di salute e benessere. Con i suoi oltre 270 punti di riferimento aperti sul territorio, i servizi a domicilio, i farmacisti e i dipendenti tutti, l’insegna prosegue e conferma il suo impegno, con sempre nuove iniziative, per la salute e per la prevenzione. **L’insegna è attiva nella provincia di Milano con 98 farmacie sul territorio.**

<https://www.phoenixpharmaitalia.it/it/>

<https://lloydsfarmacia.it/>

Il Blog   

Ufficio stampa a cura di MEC&Partners

paola.abruzzese@mec-partners.it + 39 349/23 25 481 * valerio.curto@mec-partners.it + 39 327/ 35 75 292

LloydsFarmacia passa il testimone a BENU Farmacia: un nuovo brand e l'attenzione alla prevenzione di sempre.

Si conclude nei tempi stabiliti il percorso di rebranding lanciato nel settembre scorso, per le oltre 270 farmacie - in proprietà, gestione e franchising - di riferimento per il Gruppo PHOENIX Pharma Italia. Il marchio BENU, già presente con oltre 2.000 farmacie in 13 nazioni europee, è stato scelto per la sua forza e la sua storia e per la sua assonanza con il concetto di benessere, da sempre parte dell'identità del gruppo. Tra gli obiettivi del nuovo brand, rappresentare sempre più una **farmacia realmente 'dei servizi', avanzata ed evoluta**. Tema quanto mai attuale, **oggetto del Ddl in itinere per diventare Legge**.

HUB DELLA SALUTE

Con BENU, le farmacie dell'insegna diventano un vero e proprio **'Hub della Salute'**: il format innovativo che sigla proprio in questi giorni il primo anno di test e di attivazione. Per quanto riguarda la **Telemedicina**, in particolare **ECG e Holter pressorio**, i dati confermano a fine 2023 un incremento di circa il 40-50%. **Nei primi tre mesi del 2024, le farmacie BENU hanno già realizzato oltre 1.700 servizi totali di telecardiologia**. Il test più richiesto è senza dubbio l'ECG, con una crescita esponenziale, anche a causa dell'evoluzione delle linee guida per la cardiologia. Sono attesi ulteriori dati e incrementi importanti, per la fine anno, anche a causa delle attività non agonistiche che richiedono ECG a riposo, nel periodo settembre-novembre.

Il tema **dell'alimentazione e dei disturbi collegati** è quanto mai attuale: fra i servizi più apprezzati, senza dubbio la consulenza nutrizionale, che ha registrato nei primi mesi del 2024 già oltre 200 prestazioni, fra primo consulto e consulti di controllo. Per quanto riguarda poi disbiosi e intolleranze alimentari, solo nel mese di marzo 2024 sono stati realizzati già oltre 400 test.

L'insegna punta inoltre con il format HUB Salute al consolidamento e allo sviluppo dei **test di prevenzione**, sempre più apprezzati e richiesti, tanto da arrivare - in particolare per quanto riguarda le campagne gratuite - a 41.000 test gratuiti erogati nel 2023, con un'utenza attestata al 50% di donne e 50% uomini, di fascia di età prevalente fra i 40-60 anni. Obiettivo centrale per gli HUB Salute nel 2024 sarà inoltre lo **sviluppo delle Giornate della Salute**, con: focus tematici, attività di sensibilizzazione, informazione e check, con particolare attenzione per **Densitometria ossea 'refertata'** - peculiarità dell'insegna - e per la salute dell'Occhio e del Microcircolo, in grado di parlare a tutte le fasce di età. Dall'attivazione della Densitometria ossea refertata, a fine aprile 2023, sono stati effettuati oltre 800 test, al 90% con utenza femminile. **A Milano e a Bologna sono in fase di test anche i servizi infermieristici**. A **Bologna**, in particolare, viene testata su 5 farmacie, la prenotazione in farmacia del **servizio di infermiere a domicilio**.

OMNISCANALITA'

Le farmacie BENU intendono proseguire nello sviluppare tutte le potenzialità dell'**omniscanaltà**, per l'avanzamento costante della user experience e del dialogo e dell'integrazione di tutti i touch point: il focus principale dei prossimi mesi sarà **l'evoluzione dell'app**, su cui l'insegna è stata pioniera in Italia.

Fra gli strumenti innovativi di BENU: gli **'smart shelf'**, scaffali interattivi e informativi a consultazione libera, per esempio per il proprio identikit vitaminico o cutaneo. Si tratta di strumenti avanzati, a integrazione del dialogo con il farmacista, il cui ruolo e il consiglio restano centrali, come testimoniato con forza in questi anni e a cui non a caso il format BENU riserva aree espressamente dedicate.

MARCHI ESCLUSIVI

Priorità anche alla crescita dei **Marchi esclusivi**, per il **raddoppio della presenza in farmacia della private label**. L'obiettivo è fornire una risposta mirata ai bisogni e all'attenzione crescenti dei clienti, con l'attenzione di sempre alla qualità e alla convenienza. I marchi già presenti nelle farmacie BENU e nella rete Valore Salute stanno progressivamente integrandosi nei due canali. Strada aperta fra l'altro nei prossimi mesi all'ingresso in farmacia di due nuovi integratori, oltreché allo sviluppo delle linee dedicate ai 2 probiotici funzionali - che l'insegna ha proposto fra i primi e su cui si continuerà a puntare. Per quanto riguarda la cosmetica, è stata lanciata in queste settimane la nuova linea dedicata alla dermocosmesi: **Beneffect skin**, ideata e progettata per posizionarsi come linea di Beauty luxury, grazie alla selezione e alla composizione basata su ingredienti naturali al top di gamma. Ad oggi sono **due le referenze già in farmacia: olio rivitalizzante 'tre in uno' 'Orchidea reale' o 'Gardenia opulenta'**.

AMBITO LOYALTY

Promessa mantenuta anche per quanto riguarda l'**ambito Loyalty** e in particolare **l'integrazione della carta fedeltà BENU con quella di Valore Salute** (il network di farmacie indipendenti di riferimento per il Gruppo PHOENIX). Entrambe sostituite da **EXTRA**, la card unica per cumulare e spendere punti, per i clienti delle due reti, con un unico programma di loyalty e un'unica piattaforma CRM-Customer Relationship Management. Sono già **oltre 700.000 le card attive, con l'obiettivo di arrivare ad un milione, nei prossimi mesi**, creando nei fatti **il più grande network a livello nazionale**. I vantaggi sono indubbi, sia per il cliente che con un'unica carta può rivolgersi a 700 farmacie sul territorio nazionale, oltreché ai canali digitali, sia per gli esercizi coinvolti che possono veder evolvere e personalizzare ulteriormente la relazione con il cliente. Di prossimo sviluppo il progetto **'Customer Personas'**, per l'ulteriore profilazione dei clienti e personalizzazione del loro customer journey, differenziato in cluster tipologici identitari ed emozionali, con il pieno coinvolgimento dei farmacisti, della loro relazione con il cliente e della loro visione.

CAMPAGNA La7 TV

Il completamento del percorso di rebranding viene salutato e siglato dalla **campagna TV, on air su La7 a partire dall'11 aprile**. L'obiettivo è che la cittadinanza sia quanto più possibile consapevole, informata e coinvolta in questo cambiamento, che vede confermati i valori, la capacità di consiglio e di servizio di sempre, da parte dei farmacisti dell'insegna BENU, con una rinnovata energia e una nuova immagine. Un'immagine pensata per testimoniare e comunicare l'entusiasmo di questo nuovo percorso, insieme alla freschezza e alla volontà di coinvolgimento di questo nuovo brand, così particolare e unico.

Il concept vede un linguaggio fresco e moderno, che vuole trasmettere un'energia positiva, raccontando il benessere come sensazione dinamica e piacevole, per affermare che da oggi "Sentirsi bene significa sentirsi... BENU!" Il tutto *firmato* e testimoniato dalla presenza, nelle immagini a chiusura, proprio dei farmacisti BENU, coinvolti in prima persona, per mostrare il volto reale della marca, rafforzando il messaggio delle "storie di benessere". Storie che vedono sempre, come protagonisti essenziali, i clienti da un lato e i farmacisti dall'altro, alla ricerca e nella creazione di benessere.

Lo spot sarà visibile su La7 la prima settimana, a partire dall'11 aprile, a livello nazionale e in seguito, in modalità *Addressable TV*, nelle diverse provincie di primo riferimento per le farmacie BENU.