

comunicato stampa

MODELLI DI BUSINESS COMPETITIVI, L'EVOLUZIONE DEL MERCATO HEALTHCARE E LE POTENZIALITÀ DELLA REALTÀ AUMENTATA AL CENTRO DELLA PRIMA CONVENTION AZIENDALE DI FARMAÈ GROUP

La piattaforma leader in Italia nei settori healthcare, beauty e wellness ha organizzato la sua prima Convention aziendale di Gruppo dal titolo "L'evoluzione del mercato e il nuovo comportamento d'acquisto del consumatore finale"

Viareggio, 10 agosto 2022 – **Farmaè S.p.A** – società quotata sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana e piattaforma leader in Italia nei settori healthcare, beauty e wellness – ha organizzato la prima Convention aziendale di Gruppo dal titolo «L'evoluzione del mercato e il nuovo comportamento d'acquisto del consumatore finale».

La Convention si è svolta presso UNA Hotel di Lido di Camaiore ed ha rappresentato un'importante giornata di formazione e condivisione che ha visto, tra gli altri, la partecipazione di importanti personalità del mondo accademico e imprenditoriale.

Uno dei principali focus ha riguardato la competitività dei modelli di business con l'intervento del Professor Fernando G. Alberti, Direttore dell'Institute for Entrepreneurship and Competitiveness alla LIUC - Università Cattaneo e Institutes Council Leader e Affiliate Faculty member presso l'Institute for Strategy and Competitiveness alla Harvard Business School, nonché unico italiano a far parte della Hall of Fame della Harvard Business School. I suoi studi sulle imprese italiane e internazionali mostrano come le realtà competitive sono quelle che non solo riescono ad osservare e comprendere i trend di oggi ma ad anticipare quelli del futuro, costruendo su di essi i loro modelli di business. Un intervento ricco di spunti e di tanti esempi concreti che hanno portato il management del Gruppo ad avere una chiara prospettiva di quelle che sono le prossime sfide su cui misurarsi.

La parola poi è passata a Google, per voce e conto di Niccolò Virno, Associate Account Manager Large Customer Sales presso Google, che ha iniziato il suo intervento introducendo la consolidata partnership tra Google e Farmaè Group: una relazione solida e duratura che ha permesso di ottenere ottimi risultati nel corso degli anni. Il focus si è poi spostato sui risultati della ricerca "Me, My Health and I" che hanno mostrato l'evoluzione del comportamento del consumatore post Covid e delle sue nuove aspettative.

Il terzo grande tema trattato nel corso della Convention è quello della "Augmented Reality" - Realtà Aumentata - con l'intervento di Mattia Salvi, tra i Top 100 Under 30 secondo la classifica di Forbes Italia e Co-Founder & CEO di Aryel - piattaforma fai-da-te per campagne di AR Marketing. Salvi ha spiegato come il concetto di realtà aumentata sia in grado di sovrapporre le informazioni digitali prodotte da un computer al mondo reale, offrendo opportunità uniche nel campo del marketing, in grado di cambiare il mondo della comunicazione off e online grazie alla phygital experience.

Nel pomeriggio, insieme al Vice Presidente di Farmaè Spa Alberto Maglione, hanno preso la parola Chantal Pistelli McClelland, Riccardo Lapasin Zorzit e Marco Rossato, tre grandi sportivi accomunati dal fatto di convivere con deficit fisici che non hanno in alcun modo limitato il loro essere campioni nello sport e nella vita. Hanno raccontato le loro storie, regalando un importante momento di condivisione denso di emozioni per tutti i presenti.

La giornata si è conclusa con l'intervento di **Riccardo Iacometti**, Founder e Amministratore Delegato di **Farmaè**, che ha così commentato: *“Ringrazio tutti coloro che sono intervenuti portando il loro prezioso contributo alla prima convention di Farmaè Group, un momento di formazione e condivisione importantissimo per tutto il Top Management del Gruppo. Le testimonianze che abbiamo ascoltato ci fanno riflettere sull'importanza di avere il coraggio di cambiare e innovarci per restare al passo con un mondo che corre sempre più veloce. Sono orgoglioso del percorso di crescita che stiamo portando avanti: abbiamo risposto alle sfide di un mercato in costante trasformazione con un modello di business efficace, un ampliamento dell'offerta e costanti investimenti su tecnologia, logistica, marketing e risorse. Una strategia che ci ha portato a essere oggi un gruppo unico nel comparto della salute, benessere e bellezza in Italia e che continua a mettere al centro le persone. Ma sono anche profondamente consapevole che c'è ancora tanta strada da fare e dobbiamo intraprenderla proprio come il significato più profondo di questo appuntamento: tutto è possibile!”*

Il presente comunicato è disponibile nella sezione “Media Relations” del sito internet della Società www.farmaegroup.it.

Nata a Viareggio nel 2014 e quotata dal luglio 2019 sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana, Farmaè è una media platform e punto di riferimento, *leader* in Italia nei settori Healthcare, Beauty e Wellness. Farmaè Group oggi controlla Farmaè, AmicaFarmacia, Beautyè, Sanort e la media company Valnan S.r.l. Il Gruppo pone al centro delle sue attività circolari il Cliente, rispondendo in modo immediato, veloce e pragmatico a ogni sua esigenza, assicurandogli una *customer experience* unica, indipendentemente dal canale di acquisto utilizzato. Farmaè Group è anche il primo interlocutore per le Industrie di Settore che investono sui milioni di visitatori delle piattaforme online, riconoscendo nei principali brand del Gruppo la qualifica di vero e proprio Media.

Per ulteriori informazioni:

Investor Relation

Farmaè
Investor Relations Officer
Alberto Maglione
+39 0584 1660552
ir@farmaegroup.it

Media Relation

SEC Newgate – 02.6249991 – farmae@segrp.com
Laura Arghittu – arghittu@segrp.com
Federico Ferrari – 347 6456873 - ferrari@segrp.com
Daniele Pinosa – 335 7233872 – pinosa@segrp.com
Fabio Santilio – 339 8446521 santilio@segrp.com

CDR Communication srl
IR Advisor
Vincenza Colucci
Tel. +39 335 6909547
vincenza.colucci@cdr-communication.it