



PERCORSI FORMATIVI PER IL FARMACISTA



1
MANAGEMENT
E DIGITALE

2
BUSINESS
E RISORSE UMANE

3
AGGIORNAMENTI
SCIENTIFICI

ECM
FAD
FORMAZIONE
A DISTANZA

ESTATE - AUTUNNO
2017

PROGETTO **ZERO30**
www.unicollege.it



La farmacia dei farmacisti

Via per Garbagnate, 63

20020 Lainate (MI)

tel. 02.93793500

www.unicospa.it



Piazza Manin 2b/r

16122 Genova

tel. 010.888871

www.gallerygroup.it

www.unicollege.it

PROGETTO **ZERO30** con il contributo incondizionato di

FONDITALIA
Fondo Formazione Italia

Catalogo Unicollege Edizione Estate - Autunno 2017

Grafica: Martina Moresco
Impaginazione: Massimo Berrutti
Webmaster: Francesca Ferrando

© 2017 GGallery srl
Tutti i diritti riservati
info@ggallery.it

Ufficio ECM

Dott.ssa Silvia Gaviglio
silvia@ggallery.it

Progetto ZERO30

Dott.ssa Luciana Santoro
luciana@ggallery.it

Ufficio Formazione

Dott.ssa Valentina Tomasi
Progettista di Formazione
per UNICO S.p.A.
cell. 347.5306902
valentina.tomasi@unicospa.it
valentina.tomasi@ggallery.it

GGallery srl Piazza Manin 2 B-R
16122 Genova
tel. 010.888871 fax 010.8598499
www.gallerygroup.it
unicollege@ggallery.it

Scheda di iscrizione

Per iscriversi è necessario compilare il form sul sito:
www.unicollege.it

Quote di iscrizione

La quota di iscrizione è al netto di IVA (22%), comprensiva di materiale didattico e strumenti di lavoro.

Conferma del corso

GGallery, entro 5 giorni lavorativi dall'inizio del corso, invierà agli iscritti una e-mail di conferma all'indirizzo di posta elettronica riportato sulla scheda di iscrizione con tutte le informazioni relative alla partecipazione. In caso di mancato raggiungimento del numero minimo di partecipanti, GGallery si riserva la facoltà di annullare o rinviare la data d'inizio del corso. L'eventuale variazione sarà tempestivamente comunicata.

Modalità di pagamento

La quota di iscrizione deve essere versata al momento della conferma del corso solo tramite bonifico bancario e comunque entro e non oltre la data d'inizio corso.

Annullamento dell'iscrizione

È possibile annullare l'iscrizione a un corso senza alcuna penale comunicando la rinuncia via e-mail entro 3 giorni lavorativi dall'inizio del corso. In caso di rinuncia pervenuta dopo tale termine, di mancata presenza del partecipante ad inizio corso o di ritiro durante lo stesso, sarà dovuto il pagamento integrale della quota, essendo la stessa predeterminata a fronte dei costi di organizzazione e svolgimento del corso.

Sostituzione del partecipante

Entro l'inizio del corso è possibile sostituire un partecipante con colleghi della stessa farmacia. Per corsi di più giornate, dopo l'inizio del corso è possibile effettuare una sola sostituzione.

In ogni caso è necessario inviare una comunicazione via e-mail con tutti i dati relativi alla sostituzione all'indirizzo **unicollege@ggallery.it**

Attestato di frequenza

Al termine di ogni corso verrà rilasciato via e-mail un attestato di frequenza.

1. Management e Digitale

- | | | |
|-----|---|----|
| 1.1 | Magazzino, rotazione scorte:
dall'operatività ai risvolti sulla liquidità e sull'organizzazione della farmacia | 6 |
| 1.2 | Il controllo di gestione, elementi essenziali e visione integrata. Corso pratico | 7 |
| 1.3 | L'esposizione basata su protocolli di consiglio | 8 |
| 1.4 | La farmacia sui social media: quali, come, perché.
La strategia e l'operatività quotidiana, corso pratico | 9 |
| 1.5 | Come attuare la promozione locale di una farmacia attraverso la rete | 11 |

2. Business e Risorse umane

- | | | |
|-----|---|----|
| 2.1 | Assortimento. Come ridisegnare l'offerta del proprio business commerciale,
ottimizzandola, e analizzarne le performance economiche | 12 |
| 2.2 | Come calcolare la redditività desiderata dello scaffale. Corso pratico. | 13 |
| 2.3 | Come aumentare la motivazione alla vendita dei collaboratori attraverso un piano economico
di incentivazione per obiettivi. Corso pratico mediante Business Game | 14 |
| 2.4 | Attrazione e fidelizzazione della clientela in store | 15 |
| 2.5 | Il riposizionamento della farmacia attraverso l'immagine | 16 |

3. Aggiornamenti scientifici

- | | | |
|-----|---|----|
| 3.1 | Educazione motoria, alimentare e integrativa per il soggetto sano e con patologie | 17 |
| 3.2 | Fitoterapia per farmacisti.
Approfondimenti sulle malattie infettive delle prime vie aeree
dal punto di vista preventivo e curativo, allergia e pollinosi | 19 |
| 3.3 | Percorso di sviluppo del reparto dermocosmetico | 20 |

SUDDIVISIONE CORSI PER RUOLI E COMPETENZE

AGGIORNAMENTO DELLE COMPETENZE DEL TITOLARE

SETTORE	CORSO	
<i>Marketing</i>	Corso 2.1	Assortimento. Come ridisegnare l'offerta del proprio business commerciale, ottimizzandola, e come analizzarne le performance economiche
<i>Business</i>	Corso 2.2	Come calcolare la redditività desiderata dello scaffale. Corso pratico
<i>Risorse umane</i>	Corso 2.3	Come aumentare la motivazione alla vendita dei collaboratori attraverso un piano economico di incentivazione per obiettivi. Corso pratico mediante simulazioni (business game)
<i>Gestione</i>	Corso 1.2	Il controllo di gestione: elementi essenziali e visione integrata. Corso pratico

AGGIORNAMENTO DELLE COMPETENZE DEL TITOLARE + MAGAZZINIERE

SETTORE	CORSO	
<i>Management</i>	Corso 1.1	Magazzino, rotazione, scorte: dall'operatività ai risvolti sulla liquidità e sull'organizzazione della farmacia

AGGIORNAMENTO DELLE COMPETENZE DEI COLLABORATORI

SETTORE	CORSO	
<i>Percorsi di specializzazione di reparto</i>	Corso 3.1	Educazione motoria, alimentare e integrativa per il soggetto sano e con patologie
	Corso 3.3	Percorso di sviluppo del reparto dermocosmetico
<i>Percorsi di management operativo</i>	Corso 2.4	Attrazione e fidelizzazione della clientela in store
	Corso 2.5	Il riposizionamento della farmacia attraverso l'immagine
	Corso 1.3	L'esposizione basata su protocolli di consiglio
	Corso 1.4	La farmacia sui social media: quali, come, perché. La strategia e l'operatività quotidiana, corso pratico
	Corso 1.5	Come attuare la promozione locale di una farmacia attraverso la rete

1. Management e Digitale

Magazzino, rotazione, scorte: dall'operatività ai risvolti sulla liquidità e sull'organizzazione della farmacia

1.1

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
7 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 50

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO - Quota unica per farmacia (indipendentemente dai partecipanti)
Si consiglia al titolare di portare il proprio magazzino: € 130,00 + iva
Farmacisti Non clienti UNICO: € 170,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 18)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Edoardo Maione

Consulente senior di farmacia, fondatore di Sviluppo Impresa, è stato direttore marketing, vendite e commerciale di importanti aziende multinazionali quali Unilever, Janssen-Cilag e Telefonica.

NOTA BENE

La docente è disponibile al perfezionamento dell'applicazione delle corrette pratiche operative seguendo personalmente i discenti all'interno della farmacia. Servizio a richiesta.

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Migliore modalità di gestione delle scorte con criteri di efficienza/efficacia.

CONTENUTI

- Gli indici efficacia/efficienza del magazzino

- Lo stock "ideale". Metodi di stoccaggio della merce
- L'analisi per categorie di prodotto
- Risvolti sulla liquidità, sull'operatività interna e sull'organizzazione della farmacia
- Le conseguenze dei diversi metodi di acquisto sulla logistica ed efficienza



LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario	
Torino	UNICO Rivoli	Mercoledì 21/6 o Mercoledì 15/11	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Bologna	UNICO Calderara	Giovedì 22/6 o Giovedì 19/10	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Roma	Sede da definire	Lunedì 26/6 o Lunedì 6/11	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Genova	Bi.Bi. Service	Martedì 27/6 o Mercoledì 8/11	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Udine	UNICO Udine	Mercoledì 05/7 o Giovedì 26/10	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Milano	Sede da definire	Mercoledì 27/9	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Bari	UNICO Modugno	Giovedì 30/11	10.00-13.00 / 14.00-18.00

1. Management e Digitale

Il controllo di gestione, elementi essenziali e visione integrata. Corso pratico

1.2

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
4 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 30

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 90,00 + iva

Farmacisti Non clienti UNICO: € 140,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 20)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Michela Pallonari

Commercialista, si occupa di controllo di gestione e marketing strategico a livello sia nazionale che internazionale. Ha collaborato per tanti anni come docente con diverse Università sia italiane che europee. In questi ultimi anni ha focalizzato la sua attenzione professionale verso il mondo farmaceutico e attualmente svolge l'attività di consulente in diverse farmacie della capitale.

NOTA BENE

La docente è disponibile al perfezionamento dell'applicazione delle corrette pratiche operative seguendo personalmente i discenti all'interno della farmacia. Servizio a richiesta.

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Lo scopo del corso è quello di acquisire una visione più ampia possibile sul controllo di gestione per fare della propria farmacia un'azienda di successo.

CONTENUTI

- Che cosa è il controllo di gestione?
- Contabilità analitica: una mappa di costi e ricavi

- Le chiavi del successo
- Il bilancio delle farmacie
- Reddittività della farmacia
- La gestione del magazzino
- La produttività del personale
- L'analisi reddituale: la redditività delle vendite

Un caso pratico: analisi finanziaria e patrimoniale, finanziamenti, considerazioni sul conto economico, considerazioni sullo stato patrimoniale.

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario
Roma	sede da definire	Martedì 20/6 o Lunedì 25/9
Bologna	UNICO Caldera	Giovedì 28/9
Torino	UNICO Rivoli	Mercoledì 11/10
Bari	UNICO Modugno	Giovedì 19/10

1. Management e Digitale

L'esposizione basata su protocolli di consiglio

1.3

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
4 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 50

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 80,00 + iva
Farmacisti Non clienti UNICO: € 130,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 22)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Dania Tassotti

Farmacista con esperienza in farmacia e in azienda. Esperta in formazione ed integratori. Master in Clinical Pharmacy e in Marketing Management

NOTA BENE

La docente è disponibile al perfezionamento dell'applicazione delle corrette pratiche operative seguendo personalmente i discenti all'interno della farmacia. Servizio a richiesta.

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Il corso si propone di fornire degli spunti utili per poter gestire autonomamente e in maniera personalizzata le diverse categorie ed il lay-out della farmacia secondo un'esposizione dettata dal consiglio con applicazione di protocolli.

CHE COSA RIMANE

- Slide riassuntive

CONTENUTI

- Come organizzare la visibilità dei prodotti nella propria farmacia se-

condo le esigenze del cliente e in base alla specializzazione della farmacia

- Un'esposizione dettata dal consiglio
- Il consiglio per il cliente con applicazione di protocolli
- Il consiglio secondo protocolli come differenziante della farmacia
- Una piattaforma che misura l'applicazione del consiglio
- Un'esposizione dettata dalla marginalità e incidenza sul fatturato della farmacia

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario
Milano	Sede da definire Martedì 10/10	14.00-18.00
Bologna	UNICO Caldera Martedì 17/10	14.00-18.00
Udine	UNICO Udine Martedì 28/11	14.00-18.00
Genova	Bi Bi Service Venerdì 1/12	14.00-18.00

1. Management e Digitale

La farmacia sui social media: quali, come, perché. La strategia e l'operatività quotidiana, corso pratico

1.4

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
12 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 30

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 180,00 + iva
Farmacisti Non clienti UNICO: € 230,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 17)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Mattia Cutrone (sedi di Genova, Milano, Torino, Udine e Roma) Social media manager

Anna Testa (sede di Bologna)

Consulente di digital marketing strategico ed operativo per le piccole/medie imprese

NOTA BENE

I docenti sono disponibili al perfezionamento dell'applicazione delle corrette pratiche on-line seguendo personalmente i discenti all'interno della farmacia. Servizio a richiesta.

COME SI SVOLGE

1) Pre-corso

Al fine di rendere omogenei gli strumenti di lavoro dell'aula per sfruttare al meglio il corso collettivo, il docente ha previsto un'operazione preliminare che consiste nell'apertura di una pagina FB della farmacia o lo studio della pagina già esistente con restituzione di feedback.

2) Corso di formazione in aula

Il metodo di lavoro è molto interattivo: le spiegazioni e le dimostrazioni in aula, sempre on-line, saranno seguite da diverse esercitazioni di gruppo su Facebook con verifica e feedback in plenaria. È consigliato pertanto di portare i propri strumenti di lavoro (pc portatile o tablet).

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Lo scopo del corso è quello di imparare ad utilizzare con competenza i principali canali digitali per attivare

una comunicazione efficace con il cliente e campagne promozionali. Nel dettaglio:

- Definire la strategia per un efficace piano di azione on-line annuale che porti a risultati concreti
- Conoscere i "trucchi" di questi canali digitali per ottimizzare tempi e risultati
- Arrivare a gestire in completa autonomia la pagina FB e gli altri strumenti per il proprio business

CHE COSA RIMANE

- Manuale con slide riassuntive degli accorgimenti più performanti

CONTENUTI

Facebook, la corretta impostazione della tua pagina aziendale

La strategia annuale per obiettivi al fine di comunicare con i clienti, trovarne di nuovi e impostare campagne pubblicitarie.

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario	
Genova	Bi. Bi. Service	Giovedì 12/10 e Giovedì 26/10	10.00-13.00 / 14.00-17.00
Milano	Sede da definire	Martedì 17/10 e Martedì 31/10	10.00-13.00 / 14.00-17.00
Bologna	UNICO Calderara	Martedì 24/10 e Martedì 7/11	10.00-13.00 / 14.00-17.00
Torino	UNICO Rivoli	Mercoledì 8/11 e Mercoledì 22/11	10.00-13.00 / 14.00-17.00
Udine	UNICO Udine	Martedì 3/10 e Giovedì 19/10	10.00-13.00 / 14.00-17.00
Roma	Sede da definire	Giovedì 23/11 Lunedì 4/12	10.00-13.00 / 14.00-17.00

1. Management e Digitale

1.4

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
12 ore

L'OPERATIVITÀ QUOTIDIANA

Creazione di testi-immagini-video

- Cosa scrivere e come scriverlo
- La scelta e la condivisione di contenuti altrui
- I video: come realizzarli facilmente e come caricarli in pochi secondi
- Le ultime novità di Facebook

Promozione:

come utilizzare Facebook ADS

- Targettizzare gli annunci: come scegliere il pubblico perfetto

- I quattro parametri fondamentali: località, demografia, comportamenti, interessi
- Report inserzioni: i dati principali relativi alle prestazioni ottenute

Le statistiche: lettura e interpretazioni di Insights Facebook

- Leggere i dati principali
- Utilizzare le informazioni statistiche per migliorare contenuti e comunicazione

ESERCITAZIONI

Discussione lavoro elaborato in farmacia dai partecipanti e illustrazione di altri social media importanti per la farmacia:

You Tube: il social media dei video

Instagram: il marketing con le immagini



Come attuare la promozione locale di una farmacia attraverso la rete

1.5

Corso Residenziale non ECM

Durata 6 ore

Requisiti per la partecipazione:

avere dimestichezza con la gestione della pagina aziendale di Facebook o aver seguito il corso base illustrato nelle pagine precedenti.

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 30

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 120,00 + iva
Farmacisti Non clienti UNICO: € 170,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 17)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Mattia Cutrone (sede di Genova)

Social media manager

Anna Testa (sede di Bologna)

Consulente di digital marketing strategico ed operativo per le piccole/medie imprese

NOTA BENE

I docenti sono disponibili al perfezionamento dell'applicazione delle corrette pratiche on-line seguendo personalmente i discenti all'interno della farmacia. Servizio a richiesta.

COME SI SVOLGE

Il metodo di lavoro è molto interattivo: spiegazioni e dimostrazioni on-line in aula si alterneranno a domande-risposte relative alla propria situazione specifica.

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Lo scopo del corso è quello di arrivare a gestire in completa autonomia due importanti strumenti di promozione locale di un'attività, che oggi diventano essenziali per essere trovati dalla clientela.

CHE COSA RIMANE

Manuale con slide riassuntive dei passaggi fondamentali per le principali operazioni.

CONTENUTI

Facebook Advertising

Oggi l'utilizzo di Facebook per le aziende non può più prescindere dalla pubblicità: la visibilità organica dei post è ormai ridotta ad una percentuale minima, è indispensabile imparare a fare marketing su Facebook investendo sapientemente in pubblicità, anche con piccole cifre, ma in maniera mirata.

In questo modulo di 4 ore vedremo come.

- Introduzione alla pubblicità su FB
- Obiettivi e target
- Determinazione del budget di spesa
- Scelta tra le diverse offerte pubblicitarie
- Esempi pratici

Google My Business

Google My Business ha riunito in un solo prodotto Google Maps e le Pagine Google+ Business e Local; grazie ad esso ora è più semplice recuperare e modificare le informazioni dell'azienda e interagire con le persone. Scopriremo come:

- Verificare la propria attività locale su Google
- Ottimizzare la propria pagina My Business per ottenere il massimo riscontro e aumentare la propria clientela
- Vedere e analizzare le statistiche
- Le recensioni, leggerle e rispondere

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario
Genova	Bi. Bi. Service	Lunedì 20/11
Bologna	UNICO Caldera	Giovedì 23/11

2. Business e Risorse umane

2.1

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
10 ore

Assortimento. Come ridisegnare l'offerta del proprio business commerciale, ottimizzandola, e come analizzarne le performance economiche

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 40

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 210,00 + iva

Farmacisti Non clienti UNICO: € 270,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 21)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902

valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Maria Grazia Cardinali

Professore di marketing strategico, esperta in strumenti relazionali di marketing per settore retail, Facoltà di Economia, Università di Parma

COSA VOGLIAMO OTTENERE

- Effettuare politiche di razionalizzazione dell'assortimento in farmacia grazie allo strumento delle mappe di posizionamento delle categorie e ai ruoli di marketing delle stesse
- Analizzare le performance economiche dell'assortimento (marche e referenze all'interno della categoria) per valutare il contributo alle vendite e al margine
- Ottimizzare l'efficacia dello spazio e dell'assortimento

METODOLOGIE DIDATTICHE

Lezioni ed esercitazioni in aula.

CONTENUTI

Assortimento

- La logica economica di formazione degli assortimenti commerciali in farmacia
- Le mappe di posizionamento delle categorie e ruoli di marketing delle categorie merceologiche

Analisi delle performances economiche dell'assortimento

- ABC delle vendite
- ABC del margine complessivo
- Performances economiche delle marche e delle referenze all'interno della categoria
- Mappe di posizionamento delle referenze per valutare il contributo alle vendite e al margine



LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario
Bologna	UNICO Calderara	Mercoledì 15/11 e Mercoledì 29/11
Milano	Sede da definire	Martedì 21/11 e Martedì 28/11

2. Business e Risorse umane

Come calcolare la redditività desiderata dello scaffale. Corso pratico.

2.2

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
7 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 50

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO - € 130,00 + iva
Farmacisti Non clienti UNICO: € 180,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 17)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Edoardo Maione

Consulente senior di farmacia, fondatore di Sviluppo Impresa, è stato direttore marketing, vendite e commerciale di importanti aziende multinazionali quali Unilever, Janssen-Cilag e Telefonica.

Nota Bene

Il docente è disponibile al perfezionamento dell'applicazione delle corrette pratiche operative seguendo personalmente i discenti all'interno della farmacia. Servizio a richiesta.

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Imparare le tecniche di valutazione del rendimento dello scaffale al fine di gestire esposizione e lay-out come centri di profitto (e non di costo).

CHE COSA RIMANE

Slide riassuntive e materiale dell'esercitazione (costruire l'esposizione sulla base della redditività attesa).

CONTENUTI

- Introduzione: I principi fondamentali dell'Esposizione; Lay-Out e Display
- I costi di un'area di vendita
- I potenziali ricavi di un'area di vendita: come stimarli
- La relazione vendite/esposizione
- Cosa esporre e dove esporre
- Esercitazione: calcolare la redditività desiderata di un'esposizione

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario
Udine	UNICO Udine Martedì 19/9	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Torino	UNICO Rivoli Mercoledì 4/10	10.00-13.00 / 14.00-18.00

2. Business e Risorse umane

Come aumentare la motivazione alla vendita dei collaboratori attraverso un piano economico di incentivazione per obiettivi. Corso pratico mediante Business Game.

2.3

Corso Residenziale non ECM

Durata 7 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 50

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 120,00 + iva
Farmacisti Non clienti UNICO: € 170,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 19)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Paolo Infortuna

Farmacista, consulente senior della farmacia, svolge attività formativa e di consulenza a farmacie private, gruppi farmaceutici e associazioni di categoria.

NOTA BENE

Il docente è disponibile al perfezionamento dell'applicazione della griglia di incentivazione economica dei collaboratori seguendo personalmente il titolare all'interno della farmacia. Servizio a richiesta.

COME SI SVOLGE

Dopo aver appreso i concetti teorici di un sistema di incentivazione adatto alla farmacia, elaborato dall'esperienza di consulenza del relatore in farmacia, si passa alla spiegazione della griglia excel che costituirà il materiale rilasciato ai partecipanti. Con questa griglia inizia la prima dimostrazione guidata dal relatore per conoscere ed apprendere il metodo di lavoro, per poi passare alla parte più importante, il business game. Attraverso una simulazione di casi, a gruppi, i concetti appresi si consolidano e si applicano alla propria farmacia fin dal giorno dopo.

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Fornire metodologie e griglie operative per:

- Individuare obiettivi aziendali di crescita e fatturato
- Impostare un sistema remunerativo dei collaboratori in base alle vendite

CHE COSA RIMANE

Il corso fornisce uno strumento importante: una griglia di Excel con

formule preordinate che viene spiegata in aula tramite dimostrazioni e attraverso le esercitazioni del "business game"; una volta in farmacia il titolare potrà fare le sue personali simulazioni di premio, crescita e fatturato.

CONTENUTI

- Le regole per un buon sistema di incentivazione in farmacia (lezione)
- Individuazione del comparto oggetto di incentivazione (discussione)
- Definizione dell'obiettivo di budget da realizzare e tempi di realizzazione (dimostrazione)
- Costruzione in plenaria di un premio di incentivazione mediante business game a squadre (esercitazione a squadre) con decodifica in plenaria attraverso la griglia di Excel che verrà rilasciata ai partecipanti

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario	
Palermo	Sede da definire	Mercoledì 25/10	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Bologna	UNICO Calderara	Venerdì 24/11	10.00-13.00 / 14.00-18.00

Attrazione e fidelizzazione della clientela in store

2.4

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
7 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 50

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 130,00 + iva
Farmacisti Non clienti UNICO: € 170,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 17)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTE

Edoardo Maione

Consulente senior di farmacia, fondatore di Sviluppo Impresa, è stato direttore marketing, vendite e commerciale di importanti aziende multinazionali quali Unilever, Janssen-Cilag e Telefonica

Nota Bene

I docenti sono disponibili al perfezionamento dell'applicazione delle corrette pratiche operative seguendo personalmente i discenti all'interno della farmacia. Servizio a richiesta.

COME SI SVOLGE

Lezione frontali, esercitazioni di gruppo sulla gestione di un evento (mattina), esercitazioni in plenaria da casi concreti sulle azioni da intraprendere dalle interpretazioni della lettura dei dati di comportamento del cliente (pomeriggio).

COSA VOGLIAMO OTTENERE

- Comprendere l'utilità dell'animazione per incrementare il numero dei clienti
- Trasmettere le modalità di ideazione, implementazione, comunicazione, conduzione, controllo delle operazioni e impatto sugli scontrini
- Conoscere le tipologie di informazioni sui comportamenti dei clienti ottenibili da un sistema di fidelizzazione evoluto
- Apprendere le modalità di lettura dei dati ed organizzare un conseguente sistema di azioni e comunicazione con il cliente

CHE COSA RIMANE

Slide riassuntive, materiale di esercitazione.

CONTENUTI

- Operazioni strategiche vs tattiche: differenze ed obiettivi
- Quanto "vale" un cliente?
- Come costruire, attuare e controllare un evento (esercitazione)
- Animazioni e impatto sul numero degli scontrini
- Stima dell'infedeltà del cliente nell'epoca dell'informazione e della mobilità
- Gli strumenti della fidelizzazione e le principali leve per migliorarla
- Quali sono i comportamenti indispensabili del cliente da tracciare
- Quali sono i dati indispensabili per prendere le decisioni migliori
- Analisi delle possibili azioni da intraprendere (esercitazioni da casi)

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario
Milano	Sede da definire Mercoledì 28/6 o Mercoledì 25/10	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Bologna	UNICO Calderara Martedì 4/7 o Martedì 10/10	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Roma	Sede da definire Mercoledì 11/10	10.00-13.00 / 14.00-18.00
Torino	UNICO Rivoli Mercoledì 18/10	10.00-13.00 / 14.00-18.00

Il riposizionamento della farmacia attraverso l'immagine

2.5

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
4 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI 50

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 90,00 + iva

Farmacisti Non clienti UNICO: € 140,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 24)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902

valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTE

Roberto Pasqua

Consulente e formatore di marketing e management

Cristiano Gatto

Personal-stylist

Nota Bene

I docenti sono disponibili al perfezionamento dell'applicazione delle corrette pratiche operative seguendo personalmente i discenti all'interno della farmacia. Servizio a richiesta.

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Per contrastare la concorrenza degli altri canali e, soprattutto, di internet è opportuno che la farmacia adotti nuove forme di interazione tra farmacista e cliente/paziente per riposizionare la sua immagine partendo dalle persone che in essa vi lavorano.

Il corso presenta un metodo innovativo per comprendere ed utilizzare il potenziale della nostra immagine e sintonizzarsi con l'interlocutore osservando il suo look, instaurando un rapporto immediato di comprensione e fiducia, offrendogli la migliore risposta ai suoi bisogni inespressi.

CHE COSA RIMANE

Slide riassuntive

CONTENUTI

- I ritratti della farmacia del futuro
- Gli elementi del retailing marketing mix della farmacia

- L'organizzazione efficace dei collaboratori
- Lo sviluppo del potenziale dell'immagine come strategia di differenziazione
- L'importanza delle quote nel look individuale
- La segmentazione dei profili individuali
- Le tecniche di gestione del cliente/paziente secondo i diversi profili
- Soluzioni per individuare i diversi profili e gestirli in modo efficace

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede		Data	Orario
Bologna	UNICO Calderara	Giovedì 5/10	14.00-18.00
Genova	Bi. Bi Service	Lunedì 16/10	14.00-18.00
Torino	UNICO Rivoli	Venerdì 27/10	14.00-18.00
Milano	Sede da definire	Giovedì 9/11	14.00-18.00
Roma	Sede da definire	Venerdì 17/11	14.00-18.00

3. Aggiornamenti scientifici

Educazione motoria, alimentare e integrativa per il soggetto sano e con patologie

3.1

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
9 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI: 40

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 190,00 + iva
Farmacisti Non clienti UNICO: € 240,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 12)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Pierluigi Fiorella

Medico, Specialista in Cardiologia e Medicina dello Sport, Direttore Sanitario di Olympus – Centro medico polispecialistico, Ravenna
Giorgio Martini (edizione Bologna)
Dottore in Farmacia, Biologia della Nutrizione, Scienze e Tecnologie del Fitness, Scienza della Nutrizione e Scienze e Tecniche dello Sport.

Massimiliano Bonin (edizione Udine)

Direttore della Farmacia Bonin, Pv. Pordenone. Specializzato in servizi e integratori sportivi naturali e tecnici, nutrizione e integrazione sportiva.

COME SI SVOLGE

Il corso di formazione è suddiviso in due parti:

- Nella prima parte un medico sportivo illustrerà il ruolo dell'attività fisica nella prevenzione delle principali patologie cardiovascolari, ad esempio ipertensione, diabete, dislipidemie, secondo semplici schemi che verranno rilasciati ai partecipanti. Si discuterà inoltre della terapia farmacologica inserita in questo contesto, sia relativa alla patologia che ai farmaci comunemente utilizzati dagli sportivi per potenziare il rendimento, e le possibili interazioni con alimenti e integratori.
- Nella seconda parte, verrà esposta l'esperienza di un collega sulla gestione dei prodotti, visibilità e fidelizzazione del cliente, in una sorta di "tavola rotonda" con i partecipanti

CHE COSA RIMANE

- Slide riassuntive
- Sintetici schemi di attività motoria per le principali patologie

QUALI OBIETTIVI

VOGLIAMO RAGGIUNGERE

- Promuovere l'attività fisica in farmacia come prevenzione e terapia di numerose patologie, in soggetti sani e in soggetti che soffrono di patologie
- Vendere gli integratori giusti per ogni esigenza, accessori e strumenti tecnologici
- Seguire il cliente con professionalità nel tempo

CONTENUTI

Prima parte – Sport e patologie *Medico dello Sport*

- Introduzione. Come convincere le persone sedentarie a muoversi. I benefici fisici e psicologici dell'attività sportiva
- Attività fisica nell'anziano
- Cose da fare, cose da evitare: ruolo dell'attività fisica nella prevenzione primaria e secondaria in soggetti che soffrono delle seguenti patologie: ipertensione, diabete, dislipide-

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario
Bologna	UNICO Calderara Lunedì 30/10 e Lunedì 13/11,	Giorno 1: 10.00-13.00 14.00-17.00 Giorno 2: 14.30-17.30
Udine	UNICO Udine Martedì 7/11 e Martedì 21/11	Giorno 1: 11.00-13.00 14.00-18.00 Giorno 2: 14.00-17.00

3. Aggiornamenti scientifici

3.1

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
9 ore

mie, sovrappeso, patologie osteo-
muscolari, neoplasie

- Meccanismo di azione dei principali farmaci impiegati nelle patologie di cui sopra
- Loro potenziali effetti collaterali nell'attività fisica
- Altri farmaci di comune impiego che hanno influenza sul movimento del corpo
- Interazioni farmacologiche con alimenti e integratori
- Abuso di farmaci nell'attività fisica

Seconda parte – Scelta e gestione dei prodotti da trattare in farmacia *Farmacista titolare esperto nella gestione del reparto per sportivi*

- Posizionamento della farmacia rispetto ai competitor (chi sono, cosa fanno, cosa vendono): quale messaggio offrire al cliente
- Scelta e vendita di prodotti/integratori in farmacia
- Come la farmacia dei servizi si inserisce nell'ambito dello sport

- Cautele e gestione delle situazioni estreme
- Suggestioni per pubblicizzare al pubblico la specializzazione della farmacia nell'integrazione per lo sport e metodi di fidelizzazione



3. Aggiornamenti scientifici

Fitoterapia per farmacisti. Approfondimenti sulle malattie infettive delle prime vie aeree dal punto di vista preventivo e curativo, allergia e pollinosi

3.2

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
4 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI: 50

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO: € 70,00 + iva
Farmacisti Non clienti UNICO: € 120,00 + iva
(numero minimo partecipanti: 22)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902
valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Antonello Sanna

Medico-chirurgo esperto di fitoterapia
Presidente della Società Italiana di Medicina
Naturale (SIMN).

Ha gestito centri scientifici culturali inerenti
la fitoterapia scientifica a livello nazionale e
progetti formativi in questa area a rilevanza
nazionale ed internazionale.

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Approfondimenti dei prodotti fitoterapici in farmacia per un consiglio professionale.

STRUTTURAZIONE DEL CORSO

- Approfondimento col docente degli argomenti
- Autovalutazione personale
- Esempi pratici di consiglio e in farmacia
- Discussione in plenaria

CHE COSA RIMANE

Slide riassuntive

CONTENUTI

Sessione 1:

Aspetti chimici e farmacologici

- Il fitocomplesso
- Pianta medicinale e droga vegetale
- La titolazione e la standardizzazione
- Le metodiche analitiche delle droghe vegetali
- I criteri qualitativi delle droghe vegetali richiesti dalle Farmacopee
- Le principali forme farmaceutiche dei fitoterapici

- Note legislative attuali e future riguardo alla fitoterapia

Sessione 2:

I disturbi dell'apparato respiratorio

- Definire l'effetto terapeutico desiderato
- Descrizione delle droghe vegetali più utili per il trattamento di questa patologia
- Prodotti commerciali più consigliabili. Motivazioni della scelta
- Malattie infettive delle prime vie aeree dal punto di vista preventivo
- Malattie infettive delle prime vie aeree dal punto di vista curativo
- Allergia e pollinosi

Droghe trattate

- Propoli
- Echinacea angustifolia o purpurea
- Thymus vulgaris o albus (Timo)

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario	
Genova	Bi Bi Service	Martedì 26/9	09.00-13.00
Bologna	UNICO Calderara	Martedì 3/10	14.00-18.00

3. Aggiornamenti scientifici

Percorso di sviluppo del reparto dermocosmetico

3.3

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
20 ore

NUMERO MASSIMO PARTECIPANTI: 50

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Farmacisti Clienti UNICO:

€ 250,00 + iva

Farmacisti Non clienti UNICO:

€ 350,00 + iva

(numero minimo partecipanti: 19)

MODALITÀ ISCRIZIONE

www.unicollege.it

INFORMAZIONI

Valentina Tomasi, 347-5306902

valentina.tomasi@ggallery.it

DOCENTI

Gabriella Daporto

Farmacista e cosmetologa di fama nazionale ed internazionale.

COSA VOGLIAMO OTTENERE

Il percorso formativo ha l'obiettivo di potenziare il consiglio complementare del farmacista con i prodotti dermocosmetici per il viso, per il corpo, per i capelli, anche attraverso l'analisi delle diverse modalità di check-up.

CHE COSA RIMANE

Slide riassuntive.

CONTENUTI

Modulo 1: il trattamento del viso (pelle giovane)

- Anatomia e fisiologia cutanea
- La pelle giovane. Due casi pratici: la mancanza di luminosità e la disidratazione e la pelle grassa/impura con imperfezioni.
- Le tecniche di check up della pelle del viso: lo studio dei segni.
- Il consiglio del trattamento dermocosmetico personalizzato: detergenza, trattamento base, trattamento specifico e integrazione alimentare

Modulo 2:

il trattamento del viso (pelle matura)

- La pelle matura. Tre casi pratici: prime rughe di espressione, rilassamento cutaneo e rughe profonde, perdita di densità e macchie
- Le tecniche di check up della pelle del viso: lo studio dei segni.
- Il consiglio del trattamento dermocosmetico personalizzato: detergenza, trattamento base, trattamento specifico e integrazione alimentare

Modulo 3:

il trattamento del corpo

- La pelle del corpo. Quattro casi pratici: la cellulite, l'adiosità localizzata, le smagliature, il rilassamento cutaneo/pelle secca. Le tecniche di check up della pelle del corpo, delle mani e dei piedi: lo studio dei segni.
- Il consiglio del trattamento dermocosmetico personalizzato: detergenza, trattamento base, trattamento specifico e integrazione alimentare

LUOGO, DATE E ORARIO DI SVOLGIMENTO

Sede	Data	Orario
Torino	UNICO Rivoli Lunedì 9/10 e Lunedì 23/10 e Lunedì 6/11 e Lunedì 27/11 e Martedì 12/12	14.00-18.00
Bologna	UNICO Calderara Giovedì 12/10, e Giovedì 26/10 e Giovedì 9/11 e Lunedì 20/11 e Martedì 5/12	14.00-18.00

3. Aggiornamenti scientifici

3.3

Corso
Residenziale
non ECM

Durata
20 ore

Modulo 4: il trattamento del capello e del cuoio capelluto

- Anatomia e fisiologia del capello e del cuoio capelluto. Il ciclo del capello e la caduta. Studio di quattro casi pratici: la caduta, la forfora, la seborrea/sensibilità del cuoio capelluto e le anomalie del fusto. Le tecniche di check up del capello e del cuoio capelluto. Lo studio dei segni
- Il consiglio del trattamento nutrico-

smetico personalizzato: la detergenza, il trattamento delle lunghesse, delle radici e del cuoio capelluto, la tenuta dell'acconciatura e la colorazione

Modulo 5: la cosmetolinguistica e l'analisi sensoriale

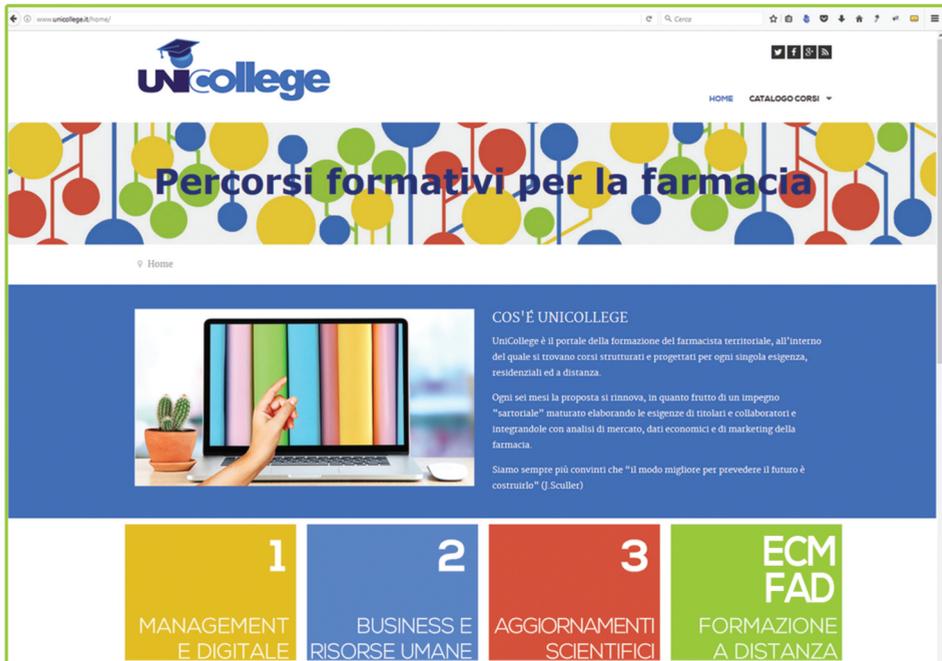
- 50 parole per descrivere i prodotti cosmetici e valorizzarli grazie ad una definizione precisa dei risultati otte-

nuti in termini di efficacia, gradevolezza e tollerabilità

- Come acquisire proprietà di linguaggio cosmetico: espressione di professionalità e strumento indispensabile per un'argomentazione convincente
- Come far vivere lo skinfeel, parametro fondamentale per la decisione di acquisto



www.unicollege.it



CONSULTA LA SEZIONE FORMAZIONE A DISTANZA
DEL CATALOGO ON LINE: OGNI ANNO NUOVE TEMATICHE
SELEZIONATE DAL NOSTRO COMITATO SCIENTIFICO

MALATTIE DEL VIAGGIATORE	PATOLOGIE A BASSA COMPLESSITÀ
CONTRACCEZIONE	COUNSELLING COSMETICO
SOVRAPPESO E OBESITÀ	COUNSELLING PRE-CONCEZIONALE
ODONTOIATRIA DEL XXI SECOLO	ADERENZA TERAPEUTICA

SCHEMA RIASSUNTIVO DEI CORSI

AREA	CORSO	LUOGO	DATA
1. Management e Digitale	1.1 Magazzino, rotazione, scorte: dall'operatività ai risvolti sulla liquidità e sull'organizzazione della farmacia	TORINO BOLOGNA ROMA GENOVA UDINE MILANO BARI	21/6 o 15/11 22/6 o 19/10 26/6 o 6/11 27/6 o 8/11 5/7 o 26/10 27/9 30/11
	1.2 Il controllo di gestione, elementi essenziali e visione integrata. Corso pratico	ROMA BOLOGNA TORINO BARI	20/6 o 25/9 28/9 11/10 19/10
	1.3 L'esposizione basata su protocolli di consiglio	MILANO BOLOGNA UDINE GENOVA	10/10 17/10 28/11 1/12
	1.4 La farmacia sui social media: quali, come, perchè. La strategia e l'operatività quotidiana, corso pratico	UDINE GENOVA MILANO BOLOGNA TORINO ROMA	3/10 e 19/10 12/10 e 26/10 17/10 e 31/10 24/10 e 7/11 8/11 e 22/11 23/11 e 4/12
	1.5 Come attuare la promozione locale di una farmacia attraverso la rete	GENOVA BOLOGNA	20/11 23/11
2. Business e Risorse umane	2.1 Assortimento. Come ridisegnare l'offerta del proprio business commerciale, ottimizzandola, e analizzarne le performance economiche	BOLOGNA MILANO	15/11 e 29/11 21/11 e 28/11
	2.2 Come calcolare la redditività desiderata dello scaffale. Corso pratico	UDINE TORINO	19/9 4/10
	2.3 Come aumentare la motivazione alla vendita dei collaboratori attraverso un piano economico di incentivazione per obiettivi. Corso pratico mediante Business Game	PALERMO BOLOGNA	25/10 24/11
	2.4 Attrazione e fidelizzazione della clientela in store	MILANO BOLOGNA ROMA TORINO	28/6 o 25/10 4/7 o 10/10 11/10 18/10
	2.5 Il riposizionamento della farmacia attraverso l'immagine	BOLOGNA GENOVA TORINO MILANO ROMA	5/10 16/10 27/10 9/11 17/11
3. Aggiornamenti scientifici	3.1 Educazione motoria, alimentare e integrativa per il soggetto sano con patologie	BOLOGNA UDINE	30/10 e 13/11 7/11 e 21/11
	3.2 Fitoterapia per farmacisti. Approfondimenti sulle malattie infettive delle prime vie aeree dal punto di vista preventivo e curativo, allergia e pollinosi	GENOVA BOLOGNA	26/9 3/10
	3.3 Percorso di sviluppo del reparto dermocosmetico	TORINO BOLOGNA	9/10 e 23/10 e 6/11 e 27/11 e 12/12 12/10 e 26/10, e 9/11 e 20/11 e 5/12

PROGETTO ZERO30

FORMAZIONE FINANZIATA
Benvenuto nel Conto Aziende GGallery per UNICO



OGNI ANNO UN CATALOGO CORSI E NUOVE TEMATICHE
SELEZIONATE DAL NOSTRO COMITATO SCIENTIFICO

FONDITALIA

Fondo Formazione Italia

FONDITALIA

Il Fondo Formazione Italia (in sigla FondItalia) – Fondo paritetico Interprofessionale Nazionale per la Formazione Continua – è un organismo di natura associativa promosso dalla Confederazione Sindacale UGL e dalla Confederazione datoriale FederTerziario sulla base di uno specifico Accordo Interconfederale, che riguarda tutti i

settori economici.

FondItalia finanzia attività formative per i lavoratori delle imprese aderenti di tutti i settori, a livello aziendale, territoriale, settoriale e/o tematico e promuove iniziative propedeutiche direttamente collegate all'offerta formativa animata e sostenuta dal Fondo.

PARTI SOCIALI CHE PROMUOVONO IL FONDO

FederTerziario – Federazione Italiana del Terziario, dei Servizi, del Lavoro Autonomo e della Piccola Impresa Industriale, Commerciale e Artigiana – è una Confederazione di Associazioni autonome operanti nei settori del terziario, dei servizi, della piccola impresa industriale, commerciale, artigiana, agricola, del lavoro professionale, delle libere

professioni e del lavoro autonomo in generale.

UGL – Unione Generale del Lavoro – è un'organizzazione sindacale di carattere confederale tra le più rappresentative in Italia. Associa, in forma volontaria, lavoratori e pensionati, senza distinzioni di sesso e di razza, tutelandone i diritti nel mondo del lavoro.

COME FUNZIONANO I FONDI INTERPROFESSIONALI E LO 0,30%

Le imprese, mediante l'adesione, autorizzano l'INPS a girare lo 0,30% dei contributi versati per ogni lavoratore dipendente – parte del cosiddetto "*Contributo obbligatorio per la disoccupazione involontaria*" – direttamente ad un Fondo Interprofessionale (Legge n. 388 del 2000 e successive modifiche ed integrazioni).

Il Fondo provvederà poi a finan-

ziare la Formazione Continua dei lavoratori delle imprese aderenti, senza alcun aggravio di costi per l'impresa.

Le imprese possono quindi decidere di aderire a un Fondo, cogliendo l'opportunità di realizzare la formazione in maniera totalmente gratuita oppure non aderire ad alcun Fondo, continuando comunque a versare il contributo all'INPS.

FONDITALIA

Fondo Formazione Italia

PERCHÉ SCEGLIERE FONDITALIA

Attenzione però a scegliere il Fondo giusto, quello in grado di favorire e velocizzare l'accesso dell'impresa al finanziamento. Nella scelta l'azienda dovrà tenere conto di una serie di elementi in grado di rendere il finanziamento più semplice e veloce.

Perché scegliere Fonditalia?

- Fonditalia è **veloce**: grazie alla sua modalità a Sportello, consente di presentare Piani e Progetti con cadenza mensile, senza dover attendere bandi e avvisi e rendendo immediatamente disponibile il 70% delle risorse versate dalle imprese.

Il Fondo utilizza diversi canali di finanziamento in base alle varie esigenze aziendali: il Conto Formativo, il Conto Aziende, il Fondo di Rotazione.

Grazie al **Conto Aziende**, in particolare, imprese piccole, medie e grandi possono scegliere di far confluire quanto versato in un unico conto aggregato, usufruendone a rotazione.

- Fonditalia è **agile**: le Parti

Sociali che promuovono il Fondo garantiscono la sottoscrizione immediata dell'Accordo di Concertazione a livello nazionale a valere sui Piani;

- Fonditalia è **flessibile**: accoglie tutte le esigenze formative delle imprese, a partire dalla formazione "obbligo di legge" e ammette qualsiasi modalità formativa (formazione in presenza, a distanza, esperienziale e affiancamento, training on the job e coaching per un max 35% del monte ore).

Nella realizzazione di Piani e Progetti formativi esistono due figure che rappresentano il ponte tra impresa e Fondo, assicurando l'utilizzo delle risorse: il **Proponente** e l'**Attuatore**.

Il **Proponente** è delegato dall'impresa alla gestione delle risorse destinate alla formazione, e gioca per Fonditalia un forte ruolo di rappresentanza (Federterziario).

L'**Attuatore**, invece, è responsabile della gestione operativa e finanziaria delle attività formative (GGallery).

CONTATTI

FONDITALIA

C.F. 97516290588

VIA CESARE BECCARIA, 16 00196 ROMA

TELEFONO 06 95216933 – FAX 06 99705521

ASSISTENZA TELEFONICA: LUNEDÌ – VENERDÌ, ORE 10.00 - 13.00

E-MAIL: INFO@FONDITALIA.ORG

SITO WEB: WWW.FONDITALIA.ORG

FONDITALIA

Fondo Formazione Italia

ADERIRE A FONDITALIA

ADERIRE a FondItalia è semplice e gratuito

È necessario indicare nella denuncia **UNIEMENS** relativa al primo periodo di paga utile, il codice di adesione **FEMI** nella sezione Posizione Contributiva - Denuncia Aziendale - Fondo Interprofessionale - Adesione e, a seguire, indicare il **numero dei dipendenti** (quadri, impiegati e operai) interessati dall'obbligo contributivo.

Per le imprese provenienti da altri Fondi, sarà necessario indicare prima il codice di revoca **REVO** e poi il codice di adesione **FEMI** sul modello INPS e, a seguire, indicare il **numero dei dipendenti** (quadri, impiegati e operai) interessati dall'obbligo contributivo.

L'adesione a FondItalia è valida dal mese stesso in cui è stata effettuata.

Va effettuata una sola volta e, salvo revoca espressa, si intende tacitamente prorogata.

Verifica dell'adesione

La verifica relativa alla richiesta di adesione può avvenire controllando la schermata INPS del cassetto previdenziale.

Tuttavia, l'adesione si intenderà perfezionata con la ricezione da parte di FondItalia dei dati INPS indicanti l'adesione al Fondo.

ATTENZIONE: in caso di **REVOCA** verificare sempre che nell'attestazione sia presente il codice **REVO**.

LA DELEGA AL PROPONENTE

ALLEGATO 4.1

Per poter consentire che le risorse accantonate dalla propria impresa aderente al Fondo siano utilizzate in condivisione solidale con le altre imprese beneficiarie di un Piano formativo a valere su uno specifico Conto Aziende, il legale Rappresentante dell'impresa dovrà delegare alla gestione delle proprie risorse, mediante la sottoscrizione dell'**Allegato 4.1**, un Ente PropONENTE di fiducia per le attività di

formazione continua previste da FondItalia, secondo i criteri di opportunità e necessità formativa identificati dall'Ente PropONENTE stesso.

Tutte le procedure per la partecipazione al Piano sono regolate secondo quanto indicato dal "*Manuale di Gestione e Rendicontazione delle Attività Finanziarie da FondItalia*" approvato nel C.D.A. del 17.12.2015.

PROGETTO ZERO30

Destina lo 0,30% del monte salari a FondItalia:
corsi ECM FAD gratuiti per te e i tuoi collaboratori



COMPILA

Inserisci tutti i dati richiesti



STACCA

Separa dal catalogo il modulo compilato



CONSEGNA

Restituisci la documentazione al tuo agente
di zona Unico

Allegato 4.1 DICHIARAZIONE DEL SOGGETTO BENEFICIARIO DI PIANO (resa ai sensi del D.P.R. 28-12-2000 n.445)			
IL SOTTOSCRITTO ▶			
Nato il ▶		a ▶	
IN QUALITÀ DI LEGALE RAPPRESENTANTE DI ▶			
indirizzo ▶		tel ▶	fax ▶
email		P.IVA	C.F.
consapevole delle sanzioni penali nel caso di dichiarazioni non veritiere, di formazione o uso di atti falsi richiamate dall'art. 76 del D.P.R. 445 del 28/12/2000			
1. Dichiaro di aver fornito all'Ente Proponente FEDERTERZIARIO - Ente Attuatore GGallery tutte le informazioni richieste da FondItalia per la partecipazione al Piano secondo quanto indicato dal "Manuale di Gestione e Rendicontazione delle Attività Finanziate da FondItalia" approvato nel C.D.A. del 17.12.2015;			
2. si impegna a ratificare dette informazioni nei termini e con le modalità previste dal "Manuale di Gestione e Rendicontazione delle Attività Finanziate da FondItalia" approvato nel C.D.A. del 17.12.2015;			
3. autorizza FondItalia al trattamento dei dati a norma del D.Lgs. 196/03;			
4. dichiara di essere aderente a FondItalia;			
5. chiede all'Ente Proponente FEDERTERZIARIO di inserire l'impresa rappresentata nel Piano "La formazione continua per lo sviluppo e le competitività aziendali" protocollo FondItalia o ID. del Piano in compilazione su Piattaforma FemiWeb 01SF.001 secondo quanto indicato dal "Manuale di Gestione e Rendicontazione delle Attività Finanziate da FondItalia" approvato nel C.D.A. del 17.12.2015;			
6. stabilisce che le risorse provenienti dall'accantonamento dello 0,30% siano da considerarsi in condivisione solidale con tutte le imprese beneficiarie del suddetto Piano;			
7. autorizza l'Ente Proponente il Piano protocollo o ID. del Piano in compilazione su Piattaforma FemiWeb 01SF.001 all'utilizzo delle risorse accantonate dall'impresa da me rappresentata per le attività di formazione continua previste da FondItalia, secondo i criteri di opportunità e necessità formativa identificati dallo stesso Ente Proponente;			
8. in virtù dell'autorizzazione rilasciata all'Ente Proponente il Piano con protocollo 01SF.001 a norma del precedente punto 7., esonera FondItalia da qualsiasi responsabilità relativamente all'impiego e all'utilizzo delle risorse accantonate dall'impresa da me rappresentata, rinunciando, fin d'ora, a far valere nei confronti del Fondo medesimo qualsivoglia pretesa, rivendicazione e/o contestazione in merito.			
Data ▶		In fede ▶	

COMPILARE in stampatello in tutte le sue parti
RESTITUIRE DEBITAMENTE COMPILATA all'Ente Attuatore GGallery
ALLEGARE fotocopia della carta d'identità del Titolare

SPETT/ STUDIO ▶	
IL SOTTOSCRITTO ▶	
Nato il ▶	a ▶
CODICE FISCALE ▶	
IN QUALITÀ DI LEGALE RAPPRESENTANTE DI (RAGIONE SOCIALE E INDIRIZZO): ▶ ▶	
giusta la "Dichiarazione del soggetto beneficiario di piano" (All. 4.1), parte integrante della presente, dichiara di voler aderire al fondo interprofessionale FONDITALIA e contestualmente autorizza LO STUDIO: ▶	
a indicare, nella prossima denuncia UNIEMENS, il codice di adesione FEMI, nonché, ove necessario, il codice REVO.	
Data ▶	Timbro ▶ Firma ▶

SALUTE e SICUREZZA

LA FORMAZIONE OBBLIGATORIA PER I LAVORATORI



Acquista i corsi e-learning su www.unicollege.it
UN'OFFERTA RISERVATA AI CLIENTI UNICO

Formazione generale
lavoratori

4
ORE

Formazione specifica
Rischio basso

4
ORE

Aggiornamento
lavoratori

6
ORE

 **usindfad**

Un progetto di


CONFINDUSTRIA
GENOVA


ASSOLOMBARDA

 **ggallery**
group