

La vigilanza sul farmaco

Ho trovato di grande interesse l'iniziativa promossa con la collaborazione della Facoltà di farmacia e dell'Ordine dei farmacisti di Milano, volta a formare una rete di professionisti specializzati nella farmacovigilanza, con la creazione di un apposito network per registrare le reazioni avverse ai farmaci. Queste segnalazioni sono cresciute del 14% rispetto al 2005, per un totale di 6.542 casi denunciati al ministero della Salute. Il dato è allarmante visto che il nostro Paese -dove le segnalazioni sono poco più di 100- è ben lontano dal cosiddetto "Gold standard", indicato dall'Oms, di 300 segnalazioni per milione di abitanti. Ma il dato è ancor più grave se si pensa che di queste 100 segnalazioni soltanto il 4,65% viene effettuato dai farmacisti, gli ultimi tra i professionisti sanitari dopo i medici ospedalieri, quelli di famiglia e gli specialisti. Eppure, come ricorda il bollettino dell'Aifa del dicembre scorso, sono tanti gli studi che documentano come le reazioni avverse da farmaci siano la causa del 5-7% dei ricoveri: la percentuale cresce, poi, con l'aumento dell'età e dei farmaci assunti.

Nell'ultima Finanziaria è stato previsto un programma *ad hoc* per la farmacovigilanza, che dovrà essere realizzato con la stipula di convenzioni tra l'Aifa e le singole regioni (che verranno anche premiate per i progetti migliori). È proprio in quest'ottica che si colloca il progetto dell'Ordine dei farmacisti di Milano e del suo presidente, Andrea Mandelli (peraltro anche ex-presidente di Fenagifar).

Sarà possibile realizzare in questo modo una rete in grado di fornire una farmacovigilanza di qualità elevata, con una modulistica di semplice compilazione, per favorire e rafforzare quel rapporto di fiducia tra farmacista e cittadino, dando visibilità alla nostra figura professionale e, al tempo stesso, fornendo un servizio utile per la collettività e per il Servizio sanitario nazionale.

Gianluca Pasanisi (pasagia@tin.it)

Grazie Novartis

Il Consiglio direttivo di Fenagifar è stato ospite, nel weekend del 10 e 11 febbraio, della grande azienda svizzera, nella sede di Origgio, poco lontano da Milano. Una preziosa occasione per conoscersi meglio e per sviluppare insieme proficui progetti per il futuro della farmacia (a pag. 2).

Amarcord Foggia

Rosa Barone, giovane presidente dell'Agifar di Foggia, ci racconta com'è nata l'Associazione pugliese e si sofferma sullo spirito che la anima, l'amicizia, base solida e indispensabile per il futuro di questo vivace gruppo di giovani colleghi (da pag. 4).

Grazie

Novartis

L'accolgenza è degna di una delle multinazionali più importanti e grandi del mondo: Mariangela Vanzulli è ad attenderci nell'albergo della Rotonda di Saronno, che fu del noto Lazzaroni, quel signore che inventò l'Amaretto e lo cominciò a esportare nel mondo. Ai muri sono ancora ben presenti gli stampi di quelli che furono i famosi "biscotti Lazzaroni" e nelle stanze dei quadri le scatole di cartone, che evocano un po' il passato e fanno ripensare all'infanzia. I tempi sono stretti e allora, cinque minuti per lasciare i bagagli e poi via, dritti sui pulmini targati Novartis, in direzione della loro sede di Origgio. Mariangela Vanzulli, in veste di cerimoniere, svolge le sue mansioni al meglio, illustrandoci ciò che stiamo visitando, in un'atmosfera ancora più surreale e magica, visto che questo sabato la fabbrica è aperta soltanto per noi.

Dopo una breve visita agli uffici, saliamo ai piani alti. L'atmosfera è sobria,



Il 10 e 11 febbraio il Consiglio direttivo di Fenagifar è stato ospite della grande azienda svizzera, che nel nostro Paese ha sede centrale a Origgio, vicino a Milano. Un lungo e proficuo fine settimana, durante il quale i giovani farmacisti hanno potuto approfondire la conoscenza con i manager, osservare direttamente la realtà aziendale e discutere insieme

elegante, rigorosa, espressioni che ben rispecchiano i manager Novartis. Eccoli lì: Massimo Micheli con i suoi collaboratori ci sta aspettando. Ci accolgono con una stretta di mano in

una delle sale riunioni che sicuramente useranno per discutere di cose più importanti di quelle che "normalmente" noi trattiamo; questo ci inorgolisce e ci fa capire che anche loro

sono ben lieti di ricevere la nostra visita. La presentazione del direttore vendite è di quelle che ti fanno immediatamente percepire il lavoro che c'è dietro a questa azienda, gli uomini,

i mezzi, gli investimenti, i macchinari, la logistica, il trade: tutto rivolto a perseguire la loro mission, "Curing e caring", curare e avere a cuore. Dietro a queste due parole c'è tutta la loro filosofia: cura a 360° del paziente per migliorare la qualità della vita.

Adesso, però, tocca a noi: Gianluca

Pasanisi illustra agli ospiti la nostra Federazione, partendo da quella che è la nostra organizzazione, i nostri soci, le nostre Agifar. Si passa poi alle nostre attività, numerose e costantemente volte ad aggiornare sempre di più questa professione in una società in continua evoluzione. Un apprezzamento particolare è stato fatto per la nostra campagna di educazione al cittadino, che conferma e rafforza la convinzione che abbiamo: noi giovani dobbiamo parlare sempre di più con i nostri pazienti, cercando di "salvaguardare" quel patrimonio di fiducia che stiamo in parte perdendo.

È poi il turno del nostro mentore Lorenzo Verlatto, direttore di "Farma Mese", che con la validissima Chiara riesce a portare avanti questa nostra Newsletter. Lorenzo traccia una breve cronistoria di "New Pharma" dagli albori ad oggi, riconoscendo a Novartis una lungimiranza e una signorilità nell'offrire sempre il proprio contributo al giornale senza influenzare minimamente la



A sinistra un momento della riunione con i manager Novartis. Sopra, foto di gruppo a cena con l'amministratore delegato Roberto Bertani

propria linea editoriale, contribuendo, così, a fare di "New Pharma" il mezzo di comunicazione più efficace per la nostra Federazione.

Alle 18.00 di nuovo in albergo per poi incontrare Roberto Bertani, amministratore delegato di Novartis, in una cornice diversa e meno formale, ma ugual-

mente efficace: un ottimo ristorante nelle vicinanze di Milano. L'atmosfera sempre molto amichevole ci ha conquistato; le chiacchiere tra una portata e l'altra erano, ovviamente, incentrate sul futuro della nostra professione e della farmacia. Un futuro che, a nostro parere, non può prescindere da una forte collaborazione con le aziende del settore e, ancor più, con aziende che seriamente investono e sono disposte a scommettere sulla farmacia e su noi giovani farmacisti.

Grazie Novartis!

Mario Giorgio

LECCE

L'Agifar nelle scuole

Sono cominciati a Lecce, il 14 febbraio, gli incontri con gli studenti delle scuole medie e superiori, organizzati dall'Agifar Lupiae nel quadro del progetto nazionale di educazione sanitaria, promosso da Fenagifar con il patrocinio di Fofi e Federfarma.

L'iniziativa ha lo scopo di informare i cittadini, e nello specifico gli studenti, sui rischi legati a uno scorretto uso dei farmaci. I recenti cambiamenti normativi, infatti, potrebbero spingere il consumatore alla "corsa all'acquisto" di medicinali, perdendo la consapevolezza che il farmaco non è un bene di consumo, ma un prodotto che necessita di particolari cautele, nell'utilizzo e nella conservazione.

Il presidente dell'Agifar Lupiae, Andrea Pagliula, ha accolto volentieri l'invito a promuovere incontri con i cittadini sul buon uso dei farmaci, sulla giusta conservazione e sullo smaltimento dei medicinali, educando anche a un'automedicazione consapevole e a un risparmio intelligente della spesa farmaceutica. Il primo incontro si è tenuto, appunto, a metà febbraio, nel Liceo classico Calmieri; numerosi gli studenti che per un'ora hanno dialogato e posto domande ai farmacisti presenti.

Per maggiori informazioni, consultare il sito: www.agifarlecce.it.



FOGGIA

Le solide basi dell'associazione

Quando mi hanno proposto di scrivere un articolo sull'Agifar di Foggia, mi sono chiesta da dove potevo cominciare e poi ho pensato che le stesse sensazioni di vuoto o sgomento le avevo vissute la sera in cui me ne era stata proposta la presidenza. Quindi, come allora, un po' di coraggio e via!

La nostra Agifar nasce nel lontano 1991 grazie all'impegno dei giovani colleghi di allora, guidati e presieduti da Pietro Salvatore, il quale ricorda quel periodo per l'entusiasmo che li aveva trascinati in questa avventura. Portarono di certo una ventata di freschezza e dinamismo in un ambiente un po' piatto e la cosa che più lo rallegra è ricordare che partirono in soli 6 o 7 farmacisti e si ritrovarono, in breve, a essere in 50-60, in un clima molto piacevole e stimolante.

Sono passati, poi, tanti

Rosa Barone è presidente da un solo anno, ma sa che alle spalle della sua Agifar c'è una storia importante, basata sull'amicizia, il rispetto, la lealtà. Ripercorriamo con lei il percorso dei giovani farmacisti foggiani a partire dal 1991, quando un piccolo gruppo fondò l'Associazione, fino ai giorni nostri



camici e tante aspirine sopra il banco, finché non divenne presidente il caro Antonio Stoduto. Ed è proprio lui che, insieme con il suo direttivo, ha riportato l'Agifar all'antico splendore, rivitalizzando un'associazione che per diversi motivi era rimasta un po' in ombra. Vennero organizzati corsi Ecm, incontri, seminari, feste e per la prima volta si svolse nella provin-

cia di Foggia, a Pugnochiuso, nel giugno del 2004, il torneo di tennis in memoria di "Francesco Carano". Antonio ricorda quei tre anni da presidente con grande piacere, ma in particolare l'organizzazione di quell'evento sportivo come qualcosa di folle, molto faticoso e impegnativo, ma anche molto divertente e certamente come una di quelle esperienze che "fa

gruppo".

La sera in cui ci fu il rinnovo del consiglio, nello scorso mese di febbraio, abbiamo compreso cosa avevano creato in quegli anni: una solida amicizia. Così ci hanno convinti e per questo ho accettato il ruolo di presidente dell'Agifar.

Tutto il resto era e rimane contorno, il fatto che le riunioni, oggi come in pas-

sato, si tengano di fronte a una bella pizza e che durino ore, parlando di tutto, è la cosa più importante.

Sono convinta che in questa sede si creano amicizie e rapporti che dure-

ranno per anni, e proprio per questo ci dobbiamo impegnare, perché alla base dell'Associazione e dei nostri legami ci siano la lealtà e il rispetto, indispensabili per il nostro fu-

turo e non soltanto in ambito lavorativo. Per questo sono sinceramente molto fiera che la "mia" Agifar punti molto sulla socializzazione, perché credo fortemente che oggi stiamo

gettando le nostre fondamenta e che debbano essere salde e pulite, come soltanto noi giovani possiamo e dobbiamo essere.

Rosa Barone

Presidente Agifar Foggia

AGGIORNAMENTO NORMATIVO

Una Convenzione per le farmacie

L'accordo stipulato tra le farmacie e il Ssn risale al lontano 1997.

Analizziamo l'utilità del rinnovo della Convenzione, consapevoli che la farmacia non potrà arrivare impreparata a questo nuovo e importante appuntamento

In queste settimane si susseguono gli appelli dei sindacati di categoria (sia delle farmacie private, sia di quelle pubbliche) per giungere presto a una revisione della "Convenzione" tra le farmacie e il Ssn, in quanto quella vigente risale al 1997.

Uno dei motivi a sostegno di questa richiesta è che una nuova Convenzione, concordata anche con le Regioni, consentirebbe di uniformare a livello nazionale il servizio e, soprattutto, l'applicazione del Decreto legislativo n. 231 del 9 ottobre 2002. Come è noto, questa norma prevede un tasso di interesse sui ritardati pagamenti molto più elevato rispetto all'interesse legale, ma ora non è applicabile ai crediti vantati dalle farmacie nei confronti delle Asl, in quanto la Convenzione vigente è antecedente alla data di entrata in vigore della Legge. Tra le numerose proposte sul tappeto anche un diverso sistema di remunerazione e la rivalutazione del ruolo delle farmacie.

A chi serve oggi la nuova Convenzione? È una domanda legittima, se si considera che la "controparte" non è stata vicina alle farmacie e che il "significato" della Convenzione si è ridotto notevolmente da quando Governo e Regioni hanno deciso di gestire la materia in maniera unilaterale e con carattere potestativo. Per esempio, ricordo il famigerato articolo 50, che impone ai farmacisti pesanti oneri burocratici (non previsti in Convenzione e poco remunerati) e sanzioni considerevoli in caso di inadempienza. Nonostante le farmacie forniscano da anni e gratuitamente alle Asl e all'Osmed i dati della spesa farmaceutica, che ne consentono il monitoraggio costante, i "soliti noti" hanno scaricato sui farmacisti il lavoro che le aziende sanitarie spesso non si sono dimostrate capaci di realizzare. E poi ancora l'imposizione dello sconto, l'obbligo di ripianare lo sfioramento della spesa, l'imminente attiva-

zione del sistema di targatura dei farmaci, e via dicendo hanno, di fatto, snaturato l'istituto convenzionale.

Dopo anni di stasi e temporeggiamenti ingiustificati, la fretta dei sindacati dei titolari potrebbe sembrare strana in un contesto sfavorevole alla farmacia, quasi che il rinnovo della Convenzione possa rilanciare la credibilità della propria dirigenza. Ora le pressioni per un sollecito rinnovo di questo accordo potrebbero rivelarsi un perseverare nell'errore. Le Regioni potranno accettare l'applicazione della normativa europea sui ritardati pagamenti, che inciderà pesantemente sull'indebitamento, senza ottenere ben più pesanti compensazioni? È credibile che in piena "devolution" le Regioni possano rinunciare alla loro autonomia legislativa in materia, in nome di un'uniformità nazionale? Cosa possiamo aspettarci da un governo che considera il farmaco un bene di consumo e si dimostra "ostaggio" della grande distribuzione? Che dire di un ministro della Salute che propone a parole la concertazione e poi nei fatti agisce unilateralmente? Quali sono i risultati del protocollo di intesa firmato nel luglio scorso e che ha concluso (malamente) la stagione degli scioperi?

Né sembra che fino a oggi vi sia stato alcun coinvolgimento della base per concordare il contenuto della "piattaforma", quasi che decisioni così importanti possano essere prese in maniera verticistica e non democratica. Sono questi alcuni segnali che non fanno certo sperare molto in un esito per noi favorevole della Convenzione. La farmacia, se si presenta così impreparata e non unita a questo importante appuntamento, rischia di subire altre "mazzate". C'è da augurarsi che qualcuno non tenti, poi, di presentare la mancanza di risultati positivi, se non come una batosta inevitabile, quantomeno come "male minore".

Valerio Cimino

Come competere: un mix di azioni

A bocce ferme, possiamo dire che si stanno ridimensionando i timori che la Legge Bersani e la fuoriuscita dei farmaci di automedicazione avevano provocato. La farmacia, infatti, resta il punto di riferimento per questi prodotti e mantiene inalterata la sua capacità d'attrazione. Non di meno sarebbe errato considerare vinta la sfida del mass-market: bisogna, invece, imparare a confrontarsi con il libero mercato e ridisegnare il proprio ruolo nel nuovo contesto competitivo. Come? La competizione di prezzo, da sola, è senz'altro di facile e immediata applicazione, ma non garantisce continuità di effetti e risultati. Una vera competizione deve, invece, saper muovere un equilibrato mix di tutte le diverse leve di gestione del punto vendita. Proviamo, in sintesi, ad analizzare quali interventi il farmacista-manager dovrebbe intraprendere.

Assortimento

- Focalizzare l'attenzione sui prodotti e sulle marche che generano fatturato, eliminando le referenze a bassa rotazione (ricordarsi che il 25% delle marche mediamente sviluppa il 75% delle vendite)

Agire sul prezzo non basta: una vera competizione obbliga a intervenire su tutte le diverse leve di gestione della farmacia



- Introdurre nuove categorie merceologiche (anche di nicchia), in funzione del profilo dei propri consumatori (considerare che i consumatori non sono gli stessi per tutte le farmacie)

- Sviluppare i servizi al consumatore:

- casse anche all'uscita (acquisti di prodotti senza ricetta)
- corsi di specializzazione allo staff della farmacia, per offrire consigli specializzati

- orario adeguato al flusso di clientela

- servizi gratuiti (per esempio misurazione della pressione, prenotazione esami, ecc.)
- personale multilingue

Lay out

- Va riveduta la disposizione degli spazi per il con-

sumatore, sia in termini di quantità sia di qualità, per facilitare "l'utilizzo della farmacia" e aumentare il senso di accoglienza.

Display: Shelf Service e non solo Self service

- Parlare la stessa lingua del consumatore attraverso un'esposizione coerente con il suo processo decisionale ("come decide, non come penso debba decidere")

- Esporre il prodotto a libero servizio (come consente la legge da tre anni) per facilitare il "contatto con il consumatore", certificando la vendita attraverso il colloquio/consiglio.

Promozioni

- Comunicare in modo chiaro i benefici offerti al consumatore

- Verificare l'efficacia delle diverse azioni.

Prezzo

- Esporre sempre in modo chiaro il prezzo praticato e le eventuali offerte.

Un celebre aforisma di Charles Darwin recita: "Non è la più forte delle specie che sopravvive, né la più intelligente, ma quella più reattiva ai cambiamenti". Un'affermazione che ben si adatta all'attuale contesto della farmacia. La consapevolezza del cambiamento è una condizione necessaria, un atteggiamento mentale, se volete, che da solo non genera cambiamenti. Qui servono nuove competenze e volontà di sperimentarle con iniziative concrete. L'esposizione da sola non è più sufficiente, né lo è il solo libero servizio (Self service). Il patrimonio più importante per la farmacia è il cliente e la sua soddisfazione è l'obiettivo al quale bisogna concretamente puntare per vincere la sfida con la concorrenza (altri canali, altre farmacie). Serve, dunque, che la farmacia diventi sempre più un luogo di consulenza per la salute del consumatore, rafforzando così il semplice binomio prodotto + servizio.

Servizio Trade Marketing
Novartis Consumer Health

SITO FENAGIFAR

Nasce il Forum

Fenagifar offre ai giovani farmacisti la possibilità di avere un continuo e diretto contatto tra i soci sparsi sul territorio nazionale attraverso il Forum, visitabile nel sito www.fenagifar.it. Questo nuovo mezzo di comunicazione permette, infatti, l'interazione, lo scambio e il confronto tra le diverse opinioni dei giovani farmacisti, riguardo ai temi più attuali concernenti il mondo della farmacia. Passando dal Forum, inoltre, si può venire a conoscenza delle numerose iniziative e degli appuntamenti proposti dalle diverse Agifar provinciali, sempre molto attive nel proporre eventi a vantaggio della categoria. In vista di un ulteriore miglioramento del servizio si sta valutando anche la possibilità di trasformare il Forum in Blog. Vi invitiamo a visitare il sito Internet per provare dal vivo l'utilità di questo nuovo spazio al vostro servizio.

ROMA

Incontri tra farmacisti e con il pubblico

Si svolgerà a Roma, durante il mese di marzo, una serie di incontri che hanno come argomento l'igiene orale nell'adulto e nel bambino. L'iniziativa rientra nel progetto nazionale di campagna di educazione sanitaria sulla prevenzione, che vedrà i farmacisti incontrare i cittadini in giornate programmate, definite in collaborazione con le istituzioni locali. Gli incontri si svolgeranno durante il mese di aprile nei municipi romani e le date saranno pubblicate prossimamente sul sito di Fenagifar o su quello dell'Agifar di Roma. Le tematiche affrontate sa-

ranno le stesse -naturalmente semplificate e con un linguaggio meno tecnico- del corso di marzo, che, ricordiamo, è aperto esclusivamente ai farmacisti. Ecco di seguito gli argomenti che saranno sviluppati: il concetto di salute secondo l'Oms; la prevenzione primaria, secondaria e terziaria; le patologie del cavo orale (carie, gengivite e parodontite); la loro eziologia; i sussidi domiciliari e il corretto utilizzo per il controllo meccanico e chimico della placca batterica; nozioni di igiene orale domiciliare nelle differenti fasce d'età (bambino, adulto e anziano).

Dalle **AGIFAR**

FOGGIA

Appuntamenti passati e futuri

I giovani farmacisti foggiani (rappresentati qui sotto in una foto di repertorio) hanno organizzato, sabato 10 marzo, un corso Ecm sulla dieta a zona. L'incontro si è tenuto nella sede dell'Ordine dei farmacisti ed era aperto a tutti gli iscritti Agifar (al costo di 10 euro). Nella stessa serata di saba-

to si è svolta anche la cena sociale a Sant'Agata, paese della provincia, alla quale hanno partecipato i giovani farmacisti e le loro famiglie. L'Agifar di Foggia dà poi l'appuntamento ad aprile, mese in cui è previsto un corso Ecm su Ischia (il programma è ancora in via di definizione).



NEW PHARMA

New Pharma - Anno VI - n. 3 - marzo 2007

Organo ufficiale di stampa della Fenagifar - Federazione Nazionale dei Giovani Farmacisti - www.fenagifar.it - **Direttore editoriale:** Gianluca Pasanisi - **Direttore responsabile:** Lorenzo Verlato - **Coordinatore comitato editoriale:** Mario Giorgio - **Componenti:** Carlotta Bernardini, Paolo Corte, Paolo Dabbene, Claudio Distefano e Claudia Passalacqua - **Direzione - Pubblicità - Amministrazione:** Editoriale Giornalidea s.r.l. - via Sebenico 14 - 20124 Milano (Tel. 02/6888775 (r.a.) Fax 02/6888780) - Iscritto al Registro degli operatori di comunicazione (ROC) n. 1223 - **Stampa:** Ancora Arti Grafiche - via B. Crespi, 30 - 20159 Milano - **Registrazione:** Tribunale di Milano n. 750 del 27.12.2001 - Prezzo a copia euro 0,50 - Abbonamento annuo euro 10,00. Iva assolta dall'Editore art. 74, lett. c) DPR 633/72 succ. mod.

P