

La salute corre sul web

Sono di questi giorni i risultati di una ricerca del Censis, "La nuova domanda di comunicazione della salute", e di un sondaggio di Google Italia e della casa editrice medicoscientifica Edra. È emerso che gli italiani sono molto interessati all'informazione sulla salute e utilizzano come fonti di conoscenza non soltanto il medico e il farmacista, ma anche radio, tv, stampa e soprattutto Internet.

Davanti al computer i connazionali sempre più spesso ricercano informazioni sulla propria salute e su quella di familiari e parenti, oppure notizie sui farmaci da banco. Si tratta di persone tra i 25 e i 49 anni e con una scolarizzazione medio-elevata. Navigano su Internet per cercare cure veloci e accessibili, soprattutto quando hanno a che fare con le piccole patologie: mal di testa, malanni di stagione, problemi di sovrappeso, ma anche insonnia, ansia, depressione. Malattie più serie e complesse sono, invece, "cliccate" non tanto per cercare cure, quanto per avere informazioni e per documentarsi. A far preferire questa ricerca sul web è la stessa natura del mezzo, che consente un uso frequente e rapido, offre risposte a quesiti spesso "imbarazzanti", garantisce l'anonimato. Dalla ricerca è emerso come gli intervistati (dal 30,5% al 32,5%) apprezzano altresì giornali e riviste, sia per quanto riguarda mensili specializzati, sia le rubriche su giornali generalisti.

Anche se il farmacista sembra essere l'interlocutore privilegiato quando si tratta di decidere su un farmaco, bisogna sottolineare che sono tanti i difetti di questi canali, a partire dalle notizie stesse, che dovrebbero essere non soltanto più attente alle esigenze dei lettori, ma anche più comprensibili. Soltanto in questo modo -soprattutto per gli anziani e per chi ha un basso livello di scolarizzazione- potrà essere garantita un'informazione appropriata e priva di travisamenti. Se da un lato questa crescente domanda è da considerarsi un fenomeno positivo, dall'altro bisogna continuare a prediligere l'apporto del medico e del farmacista. Da parte nostra non dobbiamo dimenticare il ruolo fondamentale che riveste il dialogo con il paziente per capire ogni sua esigenza, rispondendo con professionalità e competenza alle domande di salute che ci vengono poste.

Gianluca Pasanisi (pasagia@tin.it)

Amarcord Caltanissetta

È stata fondata nel 1993, dopo un periodo difficile cerca oggi di riproporsi con rinnovato vigore. Ripercorriamo con il presidente, Salvatore Campisi, la sua storia e lo spirito battagliero che la anima: esperienze passate ed entusiasmo sono gli ingredienti migliori per ridare lustro a questa Agifar, che tanto ancora può offrire ai giovani farmacisti siciliani (da pag. 2).



La casa della salute

È la più recente iniziativa del ministro della Salute Turco: una rete di assistenza amplissima, che comprende numerosi ambulatori medici e infermieristici. Poco, invece, lo spazio per le farmacie. Vediamo nel dettaglio questa proposta ministeriale (a pag. 5)

Puntiamo

sull'entusiasmo

Associazione storica, nata nel 1993, l'Agifar Caltanissetta è impegnata sia all'interno della categoria, organizzando corsi di aggiornamento Ecm, sia all'esterno, nelle scuole, nell'ambito sociale e anche nella politica (con sforzi peraltro inutili e finora senza risposta).

Il periodo più ricco di iniziative fu quello sotto la presidenza di Valerio Cimino, ancora oggi attento alle vicende di noi giovani e curatore di una rubrica legislativa sul nostro giornale. A lui successe Armando Salinitro che, colto da un male inesorabile, uscì di scena, lasciando un grande vuoto e tantissimo dolore in tutti noi. Con accordo unanime fui quindi eletto, farmacista non titolare.

Ho cercato di far rivivere -non nego, con molta fatica- L'Agifar Caltanissetta, ma il dolore non è facile da superare e quando a questo si aggiunge l'apatia e la riluttanza per le varie innovazioni che hanno investito negli ultimi anni il setto-

re farmaceutico, allora le cose si complicano ulteriormente. Si tratta di novità che, se da un lato apportano un contributo alla promozione del progresso della Farmacia, dall'altro vedono il farmacista snaturato dal suo ruolo tradizionale di "uomo di medicina" e relegato nella parte, assai riduttiva, di "rivenditore" o di "commesso" delle Coop.

Personalmente, da far-

Quest'Agifar, fondata nel 1993, si è oggi rinnovata, con un presidente battagliero e determinato, che qui ci racconta l'evoluzione della professione nell'ultimo periodo.

Un momento

per riflettere insieme e per cercare di risollevarsi, dopo un periodo di crisi, perché il farmacista -e in particolare i giovani- ha ancora molto da offrire al cittadino

macista non titolare trovo tutto ciò inaccettabile, e mi chiedo: perché queste trasformazioni vengono accettate passivamente e quasi con indifferenza dai farmacisti titolari, che vedono svalutati i loro magazzini dall'oggi al domani e smiunita sempre più la loro figura professionale?

Noi giovani delle Agifar rivendichiamo il nostro essere farmacisti. Chiediamo soltanto che le leggi esi-

stenti da tempo vengano applicate, ovvero che vi sia un farmacista in ogni posto in cui avviene una distribuzione di farmaci, dal banco della farmacia alle case di cura, dalle carceri agli ospedali e alle Asl, fino alle zone rurali più sperdute d'Italia. Chiediamo soltanto di fare i farmacisti, visto che per questo abbiamo studiato.

Oggi la professione vive un periodo di stanchezza,



dovuto anche ai mass-media, che giocano e illudono il cittadino sui possibili risparmi sui medicinali, aizzandolo contro il farmacista. In questo modo si dimentica che è questo professionista della salute a essere a contatto con il pubblico, che ben conosce la realtà del cittadino e lo aiuta nelle problematiche della salute, cercando di consigliare, "gratuitamente" e nel miglior modo possibile, il paziente che spesso si trova confuso dalla burocrazia sanitaria.

Forse lo Stato vede il cittadino "malato" come un cliente da mandare nei supermercati per comprare la salute e non come un paziente che va curato, rispettato, aiutato e ascoltato da un uomo di medicina (così veniva definito in passato il farmacista).

Emerge, quindi, la necessità, soprattutto per i giovani farmacisti delusi dalla rappresentanza della categoria che non ha combattuto a sufficienza e con fermezza per evitare la banalizzazione del farmaco, di predisporre dei programmi e dei progetti, sia sulla gestione del farmaco a li-

vello familiare, sia attraverso servizi d'informazio-

ne svolti dal farmacista anche al di fuori della farmacia. Il cittadino ha il diritto di sapere che il farmaco non è un prodotto qualsiasi, ma ha un valore degno di tutela e che il farmacista svolge un ruolo sociale a garanzia della salute. Diversamente, si rischia un'inevitabile crollo della credibilità del farmacista davanti al cittadino.

L'Associazione giovani farmacisti di Caltanissetta punta sull'entusiasmo dei

giovani farmacisti e sull'esperienza dei colleghi più maturi, per portare avanti la voglia di crescere professionalmente e l'impegno per contrastare lo strapotere delle Coop.

È su questo che le Associazioni giovanili di tutte le regioni dovrebbero puntare, per poter vincere la sfida del mass market con determinazione.

Salvatore Campisi

Presidente

Agifar Caltanissetta

FORMAZIONE E SOLIDARIETA'

Farmacuore ancora in campo L'edizione 2007

Lo scorso anno ha riscosso a Pozzolengo, in provincia di Brescia, un così grande successo che si è pensato di ripresentare l'iniziativa: Farmacuore torna in campo, questa volta a Grottaglie, in provincia di Taranto, il 9 e 10 giugno. La manifestazione, organizzata da Fenagifar in collaborazione con le Agifar locali, prevede una parte di formazione per i farmacisti partecipanti - con interessanti corsi Ecm- e avrà il suo momento clou nella partita di calcio, che vedrà i farmacisti sfidare la squadra Nazionale calcio Tv, composta da personaggi noti del mondo dello spettacolo. L'iniziativa è anche occasione per un impegno benefico: il ricavato della vendita dei biglietti per la partita sarà, infatti, interamente devoluto a una Onlus locale, attiva in importanti progetti di assistenza sociale.

I farmacisti sono invitati a partecipare a questa "due giorni" di formazione e solidarietà: molti, infatti, i corsi Ecm in programma, incentrati su temi attuali e di grande importanza per l'aggiornamento professionale. Si parlerà, con esperti relatori, di intolleranze alimentari (7 crediti), sovrappeso e obesità (7 crediti), di gestione, valorizzazione e comunicazione della qualità in farmacia (8 crediti), delle ispezioni in farmacia (5 crediti) e del passaggio dallo sconto alla definizione autonoma del prezzo dei medicinali in libera vendita.

Ai colleghi di Taranto è richiesto di partecipare attivamente alla manifestazione, non soltanto con la loro presenza a Grottaglie, ma anche contribuendo attivamente alla vendita, in farmacia, dei biglietti dell'incontro di calcio.

Per maggiori informazioni visitare il sito Internet di Augesco, società che organizza l'incontro (www.augesco.it).



Attenzione ai livelli: l'utilizzo degli spazi

Nella puntata precedente della nostra rubrica abbiamo evidenziato l'importanza del merchandising per tutte le attività, farmacia compresa, e ci siamo soffermati sul dato che percentualmente caratterizza l'acquisto d'impulso. E' ormai provato che il 35% dei beni acquistati nasce da una scelta non preventivata, ma nata dal desiderio che viene dal contatto con il bene o il servizio proposto. Da qui l'importanza del merchandising, cioè di quelle tecniche che consentono di comunicare, evidenziare, rendere attraente un bene o un servizio. Abbiamo poi concluso l'articolo suggerendo di utilizzare precise tecniche, per esempio la massimizzazione della resa espositiva in funzione degli spazi occupati. È proprio quanto faremo ora.

Va ricordato che oltre il 70% delle vendite viene sviluppato dai ripiani situati tra il "livello" delle mani e degli occhi, lasciando un misero 10% alla parte più alta e poco accessibile e circa 20% nella parte più bassa, posizione drammatica per il consumatore

È importante massimizzare la resa espositiva in funzione degli spazi: collocare i prodotti in funzione della redditività e della tipologia d'acquisto. Importante anche l'uso di vetrine ed espositori

medio della farmacia, cioè la persona anziana. Per lui è davvero scomodo chinarsi! Cosa mettere e dove, dev'essere frutto di un'attenta analisi di redditività e tipologia di acquisto.

Partiamo dal principio che la farmacia media non dispone di grandi spazi e, quindi, tutto va ben utilizzato, ogni singolo angolo. Dovendo

quindi allestire tutti i ripiani, dedichiamo quelli meno comodi, meno accessibili, in

poche parole quelli meno "vendenti", ai prodotti destinati alla vendita programmata e non d'impulso. Imparare a distinguere chiaramente la funzione

dei diversi ripiani di uno scaffale può quindi aiutare il farmacista nell'utilizzo delle corrette regole di esposizione.

Gli strumenti di merchandising sono praticamente infiniti: pensiamo, per esempio, agli espositori da terra, i "Floor stand", che abbiamo analizzato nel numero di febbraio

2007 e che abbiamo visto come consentano d'incrementare le vendite in

proporzioni assai interessanti (addirittura fino al +66%). Ebbene, ogni strumento o attività che rende visibile e attraente un prodotto è da ritenersi utile: se

poi questi strumenti rendono il bene offerto particolarmente "vendente", allora significa che abbiamo centrato in pieno il nostro obiettivo.

Pensiamo, per esempio, anche allo *shelf stopper* (vedasi foto), che attira l'attenzione e comunica il prezzo speciale offerto dalla farmacia. Che senso avrebbe, infatti, individuare un ricarico minimo per proporre un prodotto a prezzo competitivo rispetto, per esempio, alla concorrenza del mass-market, se poi questo vantaggio non lo mettiamo ben in evidenza al consumatore?

Anche la vetrina ricopre un ruolo fondamentale per il merchandising della farmacia, essa è la carta d'identità del punto vendita e la si può considerare come un vero e proprio televisore acceso, dove "trasmettere" informazioni utili per i propri clienti.

Impariamo a comunicare bene al consumatore e avremo risultati eccellenti: questa è la regola base, che deve motivare le proposte commerciali anche della farmacia.

Servizio Trade Marketing
Novartis Consumer Health



La casa della salute

È lo slogan dell'iniziativa annunciata dal ministro Turco. In questo progetto ampio spazio è dedicato ai poliambulatori medici, meno al ruolo delle farmacie nel quadro di un'assistenza al cittadino

Una recente iniziativa del ministro della Salute, Livia Turco, è la sperimentazione enfaticamente denominata "La Casa della salute": creare una struttura di assistenza sanitaria extraospedaliera, che concentri in un unico luogo "le prestazioni attualmente fornite dai medici di famiglia, dai pediatri, dagli specialisti ambulatoriali, dalla guardia medica e così via". Il Ministro ha chiarito che il progetto risponde al bisogno dei cittadini, che chiedono una continuità dell'assistenza e una medicina più accessibile. La Finanziaria ha stanziato 10 milioni di euro per la sperimentazione.

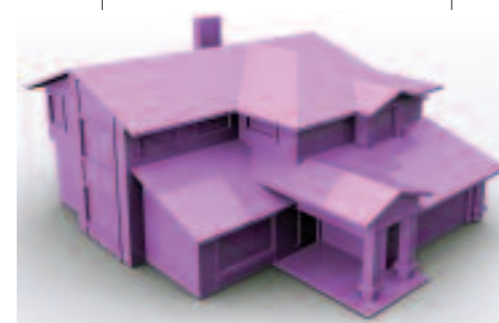
I principi che animano l'iniziativa sono la centralità del cittadino, la visibilità nel territorio, l'accessibilità alla struttura e alle prestazioni, l'unitarietà di servizi, l'integrazione in rete del personale sanitario, la semplificazione burocratica, l'appropriatezza delle cure e via dicendo. Nell'ipotesi di lavoro "La casa della salute" non è soltanto un poliambulatorio, ma un centro polivalente -tarato per un bacino di 5/10 mila utenti- che fornirà cure primarie, continuità assistenziale e anche svariate attività di prevenzione. Si articolerà in 4 aree: Cup e segretariato

sociale, servizi sanitari (pronto soccorso mobile 118, donazione del sangue, ambulatorio per piccole urgenze, ambulatori dei medici di medicina generale, infermieri e specialistici, guardia medica, posti letto per "degenze territoriali", tecnologie diagnostiche semplici), servizi sociosanitari (Sert, salute mentale, centro diurno, riabilitazione, residenza sanitaria, Adi, consultorio familiare) e servizi sociali (in collaborazione con le associazioni di volontariato).

La Casa della salute dovrebbe essere un luogo in cui concentrare numerosissimi servizi: una sorta di piccolo "ospedale non ospedale". La farmacia dovrebbe rientrare nella prima area. "Sarà previsto -si legge nel progetto- il collegamento con la rete della farmacie pubbliche e convenzionate per la messa in rete dei servizi offerti, educazione sanitaria, piccola dia-

gnostica, ausilio all'assistenza domiciliare".

È evidente che si tratta di un'affermazione generica che non prevede una pre-



senza concreta e funzionale del farmacista in una struttura che, invece, si apre per accogliere gli studi di più medici, offrendo anche attrezzature diagnostiche e radiografiche. La concentrazione dei medici in un unico luogo crea uno squilibrio nella distribuzione dei medici nel territorio. Ciò favorirà certamente le farmacie vicine alla struttura a danno delle più lontane, il cui fatturato crollerà per cause non imputabili a professionalità o merito. Non è previsto, poi, alcun ruolo per le farmacie in am-

biti in cui, da tempo, la professione è impegnata, come l'assistenza domiciliare integrata, le analisi di prima istanza, la Pharmaceutical care, la farmacovigilanza, l'educazione sanitaria.

Le farmacie, per la loro capillarità, potrebbero garantire anche prestazioni di primo soccorso, telemedicina, continuità assistenziale nei malati cronici (consegna del farmaco senza ricetta se il medico è assente) e molto altro ancora. In concreto, la farmacia viene, invece, tagliata fuori. Ritengo che sia necessaria una profonda rivisitazione del progetto, per far sì che la "Casa della salute" diventi

realmente tale, oltre che per medici e infermieri, anche per il farmacista e la farmacia, che tanto possono dare alla collettività.

Le affermazioni di principio del ministro della Salute, in occasione della presentazione del progetto per il rilancio della farmacia quale struttura integrata funzionalmente nel Ssn, continuano a non avere alcun riscontro concreto e ricordano tanto le affermazioni "tranquillizzanti" che precedettero il Decreto Bersani.

Valerio Cimino

“Ho aperto una parafarmacia”

Martedì, il 13 marzo, ho aperto i battenti della mia parafarmacia in corso Nizza 12, a Cuneo. Finalmente la fase organizzativa è finita e torno a lavorare a contatto con il pubblico. Mi chiamo Laura Cresto, sono laureata in Chimica e Tecnologie Farmaceutiche all'Università di Torino, ho lavorato come dipendente per cinque anni in due farmacie di Cuneo e ora ho deciso di lanciarmi in questa avventura, utilizzando al meglio le possibilità create dal Decreto Bersani.

Purtroppo, come in tutte le professioni, anche nel mio caso gli intoppi burocratici sono stati molti, snervanti e demoralizzanti, ma alla fine la tenacia e la voglia di fare hanno prevalso su tutto. La mia aspirazione era quella di diventare titolare di una farmacia, per poterla organizzare e gestire a modo mio, ma purtroppo non ho mai trovato l'occasione giusta.

Ho deciso allora di investire molte più energie e meno capitali e di aprire una parafarmacia. La fase preparatoria ha richiesto uno sforzo enorme: primo passo trovare il locale giusto con una buona visibilità, poi l'allestimento e i



Anche in Italia, così come in Francia, si stanno sempre più diffondendo le parafarmacie

contatti con rappresentanti, grossisti e aziende. Mi sono buttata a capofitto in mezzo a sconti, riba, consegne e fatture. Alla sera prima di addormentarmi mi chiedevo se la gente avrebbe accettato questa nuova realtà e quanto avremmo potuto offrirle, quanto tempo ci sarebbe voluto per farmi conoscere e apprezzare. Fortunatamente non ero sola in questa avventura: l'Associazione nazionale parafarmacie italiane, infatti, conta già 170 iscritti ed è disponibile ad aiutare i propri associati con i problemi burocratici e organizzativi.

Esausta, ma soddisfatta, sono arrivata al momento della verità: l'apertura al pubblico. Il primo mese mi ha subito ripagato di tutti

gli sforzi fatti. Con un po' di stupore posso dire di essere stata accolta in modo molto favorevole dalla clientela che apprezza i consigli, l'ambiente, e -perché no?- gli sconti. Contrariamente a quanto pensassi, le persone sono informate sui farmaci che possono trovare da me e mi ha stupito soprattutto l'afflusso di persone anziane, che pensavo più tradizionaliste, mentre a volte sono i giovani a non sapere che cosa possono trovare nel mio esercizio.

Personalmente, infine, non sento ridotta la mia professionalità, perché fare il farmacista non è solamente vendere Aulin, Augmentin o Gentalyn Beta. Consiglio i farmaci Otc e Sop, l'omeopatia, la fitoterapia e il parafarmaco e, nel

caso non basti, indirizzo i clienti ad andare in farmacia. La cosa più fastidiosa è la continua richiesta di farmaci di fascia C. Alla mia risposta che non possiamo venderli, perché è necessaria la ricetta medica, mi guardano come un'extraterrestre, forse perché c'è ancora molta confusione sui prodotti che la richiedono e su quelli che, invece, non ne necessitano.

La strada è in salita e la Legge Bersani ha bisogno di essere rivista per portare i benefici previsti, ma la soddisfazione che provo ogni mattina quando apro la mia parafarmacia è pari a quella che provo quando un cliente torna a complimentarsi per l'efficacia del consiglio elargito.

Laura Cresto

BARI

Appuntamenti passati e futuri

Ha avuto luogo il 28 aprile la conferenza “La farmacovigilanza: tra etica e norme”, organizzata dal Circolo della Sanità di Bari con il patrocinio dell'Agifar, mentre il 10 e 11 maggio si è svolto l'Expolavoro 2007, salone dell'orientamento alle professioni. Per la prima volta anche l'Agifar di Bari ha partecipato alla manifestazione. Venerdì 11 maggio si è tenuto il workshop “La laurea in farmacia e biologia: opportunità di lavoro”, in collaborazione con l'Ordine dei biologi, utile momento per gli studenti della Facoltà di farmacia, interessati al mondo del lavoro.

Si terrà, invece, a fine maggio il corso Ecm, organizzato in collaborazione con Aboca (che ospiterà l'evento nella sua sede a San Sepolcro, Arezzo), “L'evoluzione della fitoterapia: dalla selezione del prodotto alla comunicazione al consumatore”. Tra i relatori esperti del settore fitoterapico e del marketing. L'iniziativa si aprirà giovedì 24 maggio, proseguirà venerdì con una densa giornata di lavori, per concludersi poi sabato 26 maggio. L'evento è riservato ai soci che faranno pervenire la loro adesione, previo contatto con l'Agifar di Bari, email: presidente@agifarbari.it, tel. 349.5943090. ➔

BRINDISI

Una tre giorni di sport

In collaborazione con le Agifar pugliesi e con il patrocinio di Fenagifar, Federfarma e Ordine dei farmacisti di Brindisi, si terranno il 14, 15 e 16 settembre i tornei di pallavolo, calcetto e tennis. Dedicate a Marcello Totaro, Giuseppe Tateo e Francesco Carano, le competizioni sportive avranno luogo a Torre Canne di Fasano, nel villaggio turistico Oasi Le Dune, tra Brindisi e Bari. Questo fine settimana di sport comincerà venerdì 14 settembre, con un pran-

zo di benvenuto, proseguirà sabato con le competizioni sul campo, alla sera le premiazioni e una cena tipica pugliese, e si concluderà domenica 16, con il Consiglio di Fenagifar, per l'occasione riunito in loco.

L'organizzazione ha previsto diversi pacchetti e differenti quote di partecipazione; per maggiori informazioni suggeriamo di contattare direttamente la struttura allo 080.4829810, oppure scrivendo una mail all'indirizzo info@villaggioledune.com. ➔

In breve

• Roma

“Farmacologia dei principi attivi impiegati nel trattamento delle patologie del cavo orale”, questo il titolo del corso, organizzato dall'Agifar di Roma in collaborazione con Avantgarde, che si terrà in due giornate: giovedì 17 maggio, dalle 20.30 in poi, e nella mattinata di venerdì 18 maggio, presso l'Hotel Capo d'Africa (zona Colosseo). Il corso di aggiornamento è gratuito e accreditato per 3 punti. Per informazioni sul programma dell'iniziativa, visitare il sito www.agifar-roma.it e compilare il modulo d'iscrizione, oppure contattare lo 06.9630016.

L'Agifar romana avvisa, inoltre, che sono aperte le iscrizioni al Torneo di calcetto 2007, che comincerà il 14 maggio presso il nuovo circolo Salaria sport village di Roma. Le partite si giocheranno dalle ore 21 alle ore 23 di ogni lunedì, fino alla fine del mese di giugno. A conclusione del torneo, come ogni anno, la premiazione e una serata di festa. Per iscrizioni: michele.incecchi@tin.it - 06.90380616.

Si è svolta nella capitale, a fine marzo, la prima tappa della campagna di educazione sanitaria promossa da Fenagifar con la collaborazione dell'azienda Procter & Gamble (tema dell'incontro è stato l'igiene orale). Per le date delle prossime conferenze e informazioni: Zeroseicongressi, allo 06.8416681.

NEW PHARMA

New Pharma - Anno VI - n. 5 - maggio 2007

Organo ufficiale di stampa della Fenagifar - Federazione Nazionale dei Giovani Farmacisti - www.fenagifar.it - **Direttore editoriale:** Gianluca Pasanisi - **Direttore responsabile:** Lorenzo Verlatto - **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