

NEW PHARMA



Organo ufficiale della Fenagifar - www.fenagifar.it

Tirati in ballo

In questi ultimi mesi i giovani farmacisti sono stati ripetutamente chiamati in causa, come ago della bilancia, a sostegno del disegno di legge D'Elia, quello che vorrebbe tutti i farmaci di fascia C in vendita fuori dalle farmacie. Ho ritenuto necessario, confrontandomi con l'intero Consiglio, chiarire la posizione della Federazione attraverso un comunicato stampa (riportato integralmente a pagina 3), su un disegno di legge che per il nostro futuro crea pochissime certezze e molti dubbi.

Nonostante quanto dichiarato dal ministro dello Sviluppo economico, che, in occasione del convegno di Lamezia Terme sull'"Istruzione come motore di sviluppo del Mezzogiorno", ha affermato che i giovani farmacisti sono favorevoli al Disegno di legge Bersaniter, Fenagifar smentisce categoricamente quanto dal ministro affermato. I giovani farmacisti, infatti, non si sono mai detti d'accordo sulla possibilità di fuoriuscita dal canale dei farmaci di fascia C, tra i quali -ricordiamolo- alcuni, come gli psicofarmaci e gli stupefacenti, meritano attenzioni davvero particolari da parte del cittadino. Fenagifar sostiene, piuttosto, il progetto di rinnovo della professione, che prevede un aumento del 20% del numero delle farmacie sul territorio, una maggiore flessibilità degli orari, l'apertura di nuove farmacie in punti cruciali (come le stazioni ferroviarie, i grandi centri commerciali, gli aeroporti e gli snodi autostradali), l'assegnazione tramite concorso. Un'ipotesi di riordino del sistema farmacia che, seppur aumenterà la concorrenza, almeno manterrà come punto fisso il ruolo educativo del farmacista e saprà così garantire al cittadino una distribuzione controllata del bene farmaco, come finora è stato fatto nel nostro Paese.

Vorrei concludere sottolineando che non si parla mai, nei dibattiti politici o di categoria, del "rischio imprenditoriale" cui potrebbero andare incontro i giovani colleghi: dopo questo boom iniziale, quante delle attuali 1.200 nuove parafarmacie riusciranno a confermarsi in un mercato "satturo", come quello del farmaco?

Gianluca Pasanisi (pasagia@tin.it)



Le Agifar a convegno

Si sono ritrovati a Roma, nel primo fine settimana di dicembre, i presidenti delle Agifar locali, per organizzare le iniziative del 2008: il convegno romano del 15 e 16 marzo e il tradizionale appuntamento a Cosmofarma, con il congresso di Fenagifar

domenica 11 maggio. Una buona occasione anche per fare il punto sulla situazione della farmacia e sul mercato dei generici (da pag. 2).

Tecniche gestionali

Continuando il discorso sul ricarico affrontato nel numero scorso, analizziamo ora l'indice di rotazione, la giacenza media e la stagionalità dei prodotti. Si tratta di strumenti importanti, perché sono in grado di fornire informazioni molto utili per gestire correttamente la farmacia (a pag. 4).

In collaborazione con

FARMA
MIF SF



NOVARTIS

Novartis Consumer Health S.p.A.

I PRESIDENTI DELLE AGIFAR SI INCONTRANO A ROMA

Un weekend denso di lavoro

Si è svolta nella cornice di un albergo romano, nei giorni 1 e 2 dicembre, l'assemblea dei presidenti delle Agifar. L'occasione è stata un'utile anteprima per organizzare le idee in vista dei due importanti appuntamenti che la Federazione ha in programma nel 2008: il congresso, che si svolgerà a Roma il 15 e 16 marzo, e il tradizionale appuntamento di Cosmofarma, sempre nella capitale dal 9 all'11 maggio, con la consueta assemblea dei presidenti e il convegno istituzionale della domenica mattina.

Nel corso della prima delle due giornate, organizzate grazie al contributo di Skills in Farmacia, i partecipanti hanno ascoltato una serie di relazioni, incentrate soprattutto sui medicinali equivalenti. Il primo intervento è stato del professor Gazzaniga della Facoltà di farmacia dell'Università di Milano, che ha tenuto una magistrale le-

Un momento di confronto per organizzare gli appuntamenti del 2008, ma anche un'utile occasione per fare il punto sulla situazione del farmaco generico e parlare dei nuovi competitor della farmacia



zione su "Generici e bioequivalenza a garanzia dell'efficacia". Nella sua relazione, il Gazzaniga ha chiaramente approfondito i concetti che stanno alla base della legislazione e della normativa dei farmaci equivalenti, sfatando e smontando grossolani errori di interpretazione e comunicazione, che rischiano, a oggi, di rallentare lo

sviluppo di questi medicinali. È seguito l'intervento della professoressa Tongiani, economista aziendale dell'Università di Pisa, che ha parlato dei nuovi competitor della farmacia, evidenziandone le differenze e i rispettivi vantaggi competitivi. In particolare, la farmacia può sviluppare valori quali competenza, professionalità, riservatez-

za, fiducia, che deve saper bene evidenziare attraverso corrette politiche di marketing e formazione. Inoltre, risulta oggi indispensabile, secondo l'esperta, un efficace controllo di gestione dell'impresa farmacia. Le maggiori difficoltà che incontra il farmacista nell'intraprendere la strada della qualità sono legate ai costi, alle ridotte dimensioni aziendali e alle scarse risorse che la singola farmacia può destinare a questi investimenti, indispensabili per il suo successo come impresa; è necessaria, pertanto, una convinta azione sinergica delle farmacie, così da far fronte alle nuove forme di concorrenza.

L'ingegner Savi, direttore commerciale di Alliance Healthcare, ha poi relazio-

nato su "Il mercato dei generici: prospettive attuali e future". Gli ultimi dati, relativi al luglio 2007, evidenziano per il farmaco generico una quota di mercato pari al 4,66% in valori e 8,39% in unità rispetto al totale delle specialità medicinali; tali percentuali, seppur molto basse rispetto alle realtà dei vicini Paesi europei, sono in decisa crescita rispetto all'anno precedente e lo saranno ancor di più nei prossimi anni, perché andranno a scadere brevetti di importanti molecole. Un dato significativo è rappresentato dalla quota di penetrazione del farmaco generico sul totale dei pezzi della corrispondente molecola: dopo il primo anno tale quota è del 11,6% e aumenta fino a raggiungere, dopo 4 anni, il 26%. Altro dato interessante presentato da Savi, è quello della percentuale di presenza del farmacista nel processo di vendita, salita nel corso degli anni fino ad arrivare all'attuale -elevato- 50%. Ha concluso la giornata di lavoro Giorgio Gattelli, da sempre molto sensibile a tutte le iniziative delle Agifar, oggi nuovo amministratore delegato di Skills in Farmacia, che ha relazionato sul tema "Almus: una realtà in Italia e in Europa".

Nella giornata di domenica si è poi svolta la riunione dei presidenti delle Agifar. Nella relazione di apertura, Gianluca Pasanisi, presidente di Fenagifar, ha tracciato il bilancio delle attività svolte dalla Federazione nel corso dell'ulti-

mo triennio, dal giugno 2005 con il Decreto Storace a oggi, con la complessa discussione intorno alle modifiche normative contenute del Disegno di legge Bersani Ter. Il presidente ha ripercorso i temi delle attività delle Agifar provinciali, evidenziando che questa Associazioni esprimono sul territorio diverse attitudini e potenzialità: dall'organizzazione dei consueti corsi Ecm, agli incontri di educazione sanitaria con il cittadino, dalla meritevole attività di aggre-

gazione, all'essere luogo di incontri su temi attinenti la vita professionale. Gianluca Pasanisi ha, inoltre, ricordato ai presidenti locali l'importanza di far conoscere le attività delle singole realtà provinciali attraverso il giornale New Pharma, organo ufficiale della Federazione, e di partecipare ai Forum di discussione su argomenti di attualità, presenti sul sito Internet www.fenagifar.it

Come detto in apertura, la Federazione avrà due importanti appuntamenti

nei primi mesi del 2008, e pertanto è necessario che ogni Associazione provinciale possa far conoscere ai propri iscritti con congruo anticipo tali iniziative, per poter permettere ai soci di partecipare numerosi. Pasanisi, prima di dare il via a un intenso dibattito conclusivo, ha ribadito l'opportunità di stimolare i giovani colleghi alla vita associativa, per permetter loro di cominciare a conoscere e affrontare le difficili problematiche della categoria.

Claudio Di Stefano

COMUNICATO STAMPA SULLE DICHIARAZIONI DI BERSANI



Fenagifar rappresenta da 19 anni i farmacisti con età inferiore ai 38 anni e rinnova i propri vertici ogni 3 anni, tramite libere elezioni aperte a tutti i soci provenienti dai diversi rami della professione: farmacisti territoriali, dell'industria, ospedalieri e naturalmente studenti in farmacia. Attualmente le associazioni provinciali, denominate Agifar, sono oltre 50 e le regionali 3, per un totale di circa 4.500 associati con una organica e omogenea distribuzione sul territorio nazionale.

In merito alle dichiarazioni del Ministro Bersani, effettuate a margine del convegno di Lamezia Terme dedicato all'"Istruzione come motore di sviluppo del Mezzogiorno", nelle quali ha dichiarato che i Giovani Farmacisti sono favorevoli al disegno di legge Bersani Ter, così come uscito dalla prima lettura alla Camera dei deputati, Fenagifar smentisce categoricamente la dichiarazione del Ministro. I giovani farmacisti ritengono che la deregulation introdotta dall'emendamento D'Elia vada a esclusivo beneficio dei grandi capitali e contro l'interesse del cittadino, oltre che dei giovani farmacisti. La vendita dei farmaci etici su ricetta -che comprendono anche gli psicofarmaci, la pillola del giorno dopo e gli stupefacenti- in un qualsiasi negozio non è consentita in nessun Paese industrializzato.

Fenagifar sostiene con forza il progetto di rinnovo della professione elaborato dal tavolo di confronto sul settore farmaceutico del ministero della Salute, che crea i presupposti per accrescere del 20% il numero delle farmacie, riservandole tramite concorso ai giovani farmacisti. Il progetto aumenta la flessibilità degli orari e produrrà nuovi posti di lavoro qualificati, garantendo, inoltre, la presenza di farmacie negli snodi autostradali, ferroviari, aeroportuali, oltre che nei centri commerciali. I giovani farmacisti ritengono questo progetto in grado di aumentare la concorrenza tra le farmacie nel contesto di un sistema finanziariamente sostenibile e nel rispetto dell'articolo 32 della Costituzione, continuando cioè a garantire la salute del cittadino.

Gianluca Pasanisi

Il rincaro come strumento per migliorare l'impresa

Continuiamo il discorso del "ricarico", incominciato nel numero scorso, per approfondirlo e offrire così un ripasso sulle tecniche da adottare per una gestione ottimale della farmacia. Pensiamo, per esempio, all'indice di rotazione, un indicatore economico molto importante, perché offre un ampio ventaglio di utili informazioni. Esso, infatti, è un indice di efficienza dell'impresa farmacia, che ci dice quante volte un prodotto ruota durante l'anno: tanto sarà più alto, migliore sarà la gestione, le confezioni non giaceranno impolverate e minori saranno i costi finanziari d'immobilizzo delle merci. L'indice di rotazione è dato da:

$$\frac{\text{quantità vendute in un periodo}}{\text{quantità giacenti}}$$

Per esempio, consideriamo un prodotto che nel 2007 ha conseguito vendite pari a 380 pezzi, e la cui scorta in magazzino è di 26 pezzi: l'indice di rotazione sarà 14,6. Tanto più è alto l'indice, tanto più

L'indice di rotazione, la giacenza media e la stagionalità sono tutti indicatori molto utili, che meritano



un'attenzione particolare, perché aiutano a gestire meglio l'impresa farmacia

sono buone le performance. Si tratta di un elemento estremamente importante per verificare l'efficienza di prodotti simili per destinazione d'uso, dove apparentemente giacenze modeste sono in realtà "pesanti" in funzione del rapporto con le vendite.

Il passo successivo, non meno importante e utile del calcolo dell'indice di rotazione, è la valutazione della giacenza media, che permette di verificare la salute del magazzino. Essa indica, infatti, la quantità

di merce che si trova in farmacia alla fine del mese e ci dice quanti giorni sono necessari per venderla. Se per esempio, alla fine di gennaio ci sono in magazzino 150 confezioni di analgesico e in quel mese ne sono state vendute 50, significa che ci sono scorte per 3 mesi. Considerato che grandi giacenze provocano alti costi finanziari, conviene preferire prodotti leader che registrano una maggior rotazione.

Il terzo indicatore fondamentale per aiutare la

politica degli acquisti è la stagionalità, in base alla regola che è bene tenere sempre il prodotto giusto al momento giusto. Non bisogna mai, infatti, ordinare la merce con troppo anticipo (costi finanziari) o non averla (rottura di stock) e proprio per evitare questi rischi è necessario conoscere le stagionalità delle varie classi di prodotto. Può essere utile, per esempio, seguire le campagne di prenotazione delle aziende, che fondano cicli produttivi e logistica distributiva proprio sulla conoscenza degli indici stagionali di ogni prodotto.

Queste sono soltanto alcune piccole regole che risultano essere molto efficaci nella gestione quotidiana della propria azienda farmacia e sarà nostra premura continuare ancora nel nuovo anno con piccoli suggerimenti operativi sulla tecniche gestionali.

Da tutto il servizio di Trade Marketing un sincero augurio di buon fine anno, per uno strepitoso 2008.

Servizio Trade Marketing
Novartis Consumer Health

Addio care, vecchie “specialità medicinali”

In questi ultimi anni il continuo e progressivo intervento dei legislatori europei e nazionali ha modificato profondamente le normative nel settore farmaceutico. In nome di semplificazione, trasparenza e liberalizzazione si propongono modifiche rivoluzionarie dei principi basilari della professione.

Dopo oltre un secolo di “vita”, sono “scomparse” le specialità medicinali: nel nuovo Codice comunitario dei medicinali (Decreto legislativo del 24 aprile 2006, n. 219, “Attuazione della direttiva 2001/83/CE e successive direttive di modifica relativa a un codice comunitario concernente i medicinali d’uso umano, nonché della direttiva 2003/94/CE”) non sono più riportati né la definizione, né qualunque riferimento alle “specialità medicinali”, che, secondo il Decreto legislativo del 29 maggio 1991, n. 178, “Recepimento delle direttive della Comunità economica europea in materia di specialità medicinali”, erano i “medicinali precedentemente preparati e immessi in commercio con una denominazione speciale e in confezione particolare”.

Ripercorriamo la storia legislativa delle specialità medicinali, termine nato più di un secolo fa e oggi praticamente scomparso, sostituito dalla più familiare, ma anche assai generica, categoria di “medicinali”

Il termine “specialità medicinale” è molto antico: lo si ritrova già nel Regio decreto del 3 febbraio 1901, n. 45, che approvava il regolamento per l’esecuzione della legge sulla tutela dell’igiene e della sanità pubblica. Nel 1901, su parere conforme del Consiglio superiore di sanità, si autorizzava “l’inserzione nella farmacopea di specialità medicinali di produttori italiani”. L’articolo 50 del Regio decreto 13 luglio 1914, n. 829, stabiliva che “i medicamenti composti e le specialità medicinali devono portare ben visibile anche all’esterno, oltre al



prezzo complessivo, la denominazione esatta dei componenti con l’indicazione delle dosi di ciascuno e il nome, cognome e domicilio del produttore”. La stessa legge consentiva l’utilizzo di specialità medicinali di fabbricazione estera. Con il Regio decreto-legge 7 agosto 1925, n. 1732 (convertito poi in Legge nel 1927) venivano stabilite le prime norme per la produzione e il commercio delle specialità medicinali, successivamente meglio specificate nel Regio decreto del 3 marzo 1927,

n. 47, “Approvazione del regolamento contenente norme per la produzione e il commercio delle specialità medicinali”.

La scomparsa delle specialità è, probabilmente, dovuta al fatto che oggi i medicinali hanno tutti una denominazione speciale e una confezione particolare. È un segno dei tempi che cambiano: si sancisce la

scomparsa dal mercato di tutto ciò che non è di produzione industriale, si salvano, tuttavia, le preparazioni magistrali che, nonostante tutto, ancora oggi continuano a rappresentare uno degli aspetti più qualificanti della professione del farmacista.


Dovremo quindi abituarci a non usare più questo termine, perché è ormai svuotato di significato: esistono oggi soltanto i medicinali. Care vecchie specialità, resterete nel nostro ricordo. Addio!

Valerio Cimino

LECCE

Messa d'Avvento e ritrovo

L'Unione cattolica dei farmacisti italiani, insieme con l'Agifar Lupiae, organizza una Santa messa domenica 16 dicembre, alle ore 12, nella chiesa del Sacro Cuore di Gallipoli. Celebrerà la fun-

zione il parroco, don Ignazio Piccoli, dell'Ordine di San Giovanni Leopardi, protettore dei farmacisti. Dopo la messa è previsto un ritrovo dei partecipanti e di quanti volessero intervenire, presso il ristorante "Il capriccio". Per informazioni contattare Andrea Paggiola al 329.8044644 o visitare il sito www.agifalecce.it. 

TORINO

L'Agifar incontra gli anziani

Prosegono gli appuntamenti organizzati dall'Associazione torinese in occasione dell'iniziativa "Il farmacista incontra il cittadino". Data l'affluenza, nel corso degli incontri precedenti di giugno e settembre, di un pubblico costituito prevalentemente da persone anziane, è parso opportuno incominciare ad approfondire tematiche di particolare interesse per questa fascia d'età. Ecco, dunque, la proposta di un nuovo argomento, che alcuni membri del Consiglio hanno illustrato agli anziani nell'incontro che si è tenuto il 29 novembre: "Rimedi naturali per la prevenzione e la cura dell'ipercolesterolemia". L'approfondimento della tematica potrà costituire un valido supporto e un'importante fonte di consigli per tutti i pazienti affetti da patologie a carico del metabolismo, data la frequenza con cui si lamentano, nell'approccio quotidiano con il farmacista, la manifestazione di rilevanti effetti collaterali dovuti alle terapie farmacologiche. Non è mancata, inoltre, così come per i precedenti incontri, una trattazione intro-

duttiva sul tema del corretto utilizzo dei medicinali, al fine di educare un pubblico sempre più vasto a una attenta gestione del bene "farmaco". L'Agifar spera di riuscire a coinvolgere nelle iniziative future un numero sempre maggiore di partecipanti, a dimostrazione di come la dedizione quotidiana alla salute dei pazienti -non soltanto all'interno delle farmacie, ma anche al di fuori di esse- costituisca il vero e profondo significato della professione del farmacista.




Feste di Natale

• **ROMA** - L'Agifar organizza l'incontro per scambiarsi gli auguri e ritrovarsi prima della pausa natalizia. L'appuntamento è per mercoledì 19 dicembre alle ore 22.30 in via dei Conciari 7, zona Testaccio, presso il club Hulalà. Per informazioni contattare il presidente all'e-mail michele.incecchi@tin.it

• **BARI** - È programmata per domenica 23 dicembre la consueta Festa degli auguri organizzata dall'Associazione barese. Ci si ritroverà presso il locale Remare di Mola di Bari; per orari e informazioni visitare il sito www.agifarbari.it, oppure contattare Vincenzo Lozupone al 349.5943090.

Incontrarsi degustando

Si è tenuta il 5 dicembre la degustazione di vini organizzata dall'Agifar trevigiana. Un aperitivo di benvenuto ha aperto la serata nel ristorante "da Celeste", a Venezzù, e poi si è proceduto

con una cena a base di specialità locali, accompagnate da ottimi vini del Piave. L'Agifar Treviso ringrazia chi ha partecipato alla serata, occasione di ritrovo per tutti i giovani farmacisti della zona. 

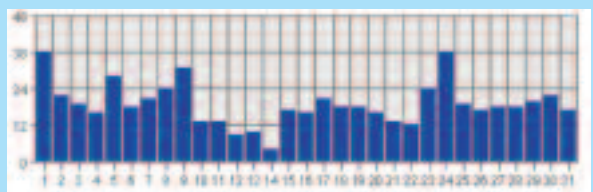
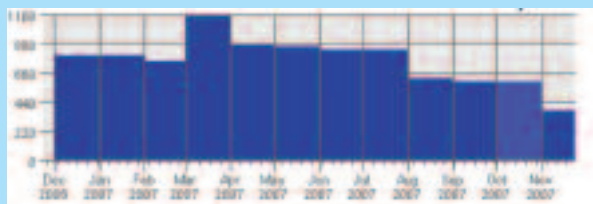
WWW.FENAGIFAR.IT

Il bilancio di fine anno

Tra i numerosi mezzi di comunicazione che oggi abbiamo a disposizione sicuramente il più immediato è Internet, utilizzato anche da dalla nostra Federazione: attraverso il sito www.fenagifar.it, infatti, la rete ha permesso di avvicinare i tanti giovani farmacisti che operano sparsi in tutta Italia.


La novità di quest'anno è il Forum, che ha permesso di dar vita, con ben 924 visite, a un ricco scambio di opinioni riguardo a svariati e attuali temi legati al mondo della farmacia. Per dare un'idea della vitalità e dell'utilità del sito di Fenagifar forniamo alcuni dati:

- 586 ingressi nel mese di ottobre (vedi grafico qui sotto)
- 5.885 ingressi nell'anno in corso
- 3.125 pagina visitate
- ingressi giornalieri: circa 20
- 83 secondi la durata media di permanenza nel sito
- 60% di coloro che accedono visitano l'homepage.



Corso sull'omeopatia e successo della campagna educativa al cittadino

Incominceranno il 28 gennaio le lezioni della Scuola triennale di omeopatia, che organizza un corso di formazione, patrocinato dall'Agifar barese, sulle materie di medicina omeopatica, con particolare attenzione agli aspetti clinici e terapeutici. Settanta ore di studio annuali, suddivise in sette domeniche, presso l'auditorium dell'Ordine dei medici e odontoiatri di Bari. I giovani farmacisti soci dell'Agifar potranno beneficiare di uno sconto sulla quota d'iscrizione al corso. Per maggiori informazioni, per scaricare il programma

e il modulo di adesione all'iniziativa, visitare il sito www.agifarbari.it oppure contattare Gianluca Fabbroni all'indirizzo e-mail fabbroni@omeomefar.it. Si è, inoltre, tenuto l'11 dicembre l'incontro sul corretto utilizzo del farmaco, all'interno della Campagna educativa rivolta ai cittadini, promossa da Fenagifar, a cui anche l'Associazione barese ha aderito. Visto l'elevata partecipazione e il grado di apprezzamento riscosso dall'iniziativa, si prevedono nuovi incontri per approfondire le tematiche legate all'uso del bene farmaco. 

NEW PHARMA

New Pharma - Anno VI - n. 10 - dicembre 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.