Aprile 2020

iFARMA

#noirestiamo infarmacia

iFARMA EDITORE Periodico mensile - Anno IV numero 31 - Reg. Trib. Milano n. 107 del 14 marzo 2017 - Editore: iFarma Editore s.r.l., via Ezio Biondi, 1- 20154 Milano

PRIMO PIANO
La farmacia dei servizi

PROFESSIONE
La normativa sui dispositivi medici

RETI
Aggregazioni in evoluzione

I farmacisti in prima linea nell'emergenza Covid-19

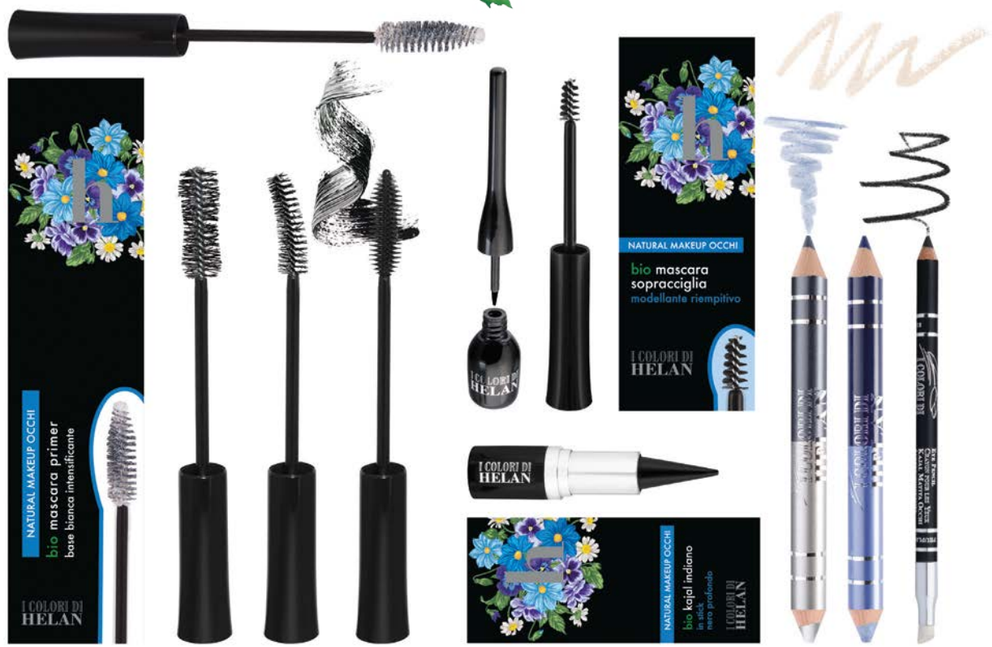
I COLORI DI HELAN

Bellezza in sintonia con la natura

NOVITÀ

NATURAL MAKEUP OCCHI

Bio



Perfetta sintesi di Naturalità, Sicurezza, Funzionalità e Gradevolezza di risultato.

I prodotti della Linea **I COLORI DI HELAN** sono formulati, in ossequio alle linee guida aziendali, con sostanze suggerite dall'antica sapienza erboristica, ingredienti vegetali e biologici in funzione delle finalità di ciascun prodotto.

HELAN ANIMAL FRIENDLY

LAV - DALLA PARTE DEGLI ANIMALI

Per approfondire la filosofia formulativa di Helan, le caratteristiche di ciascun prodotto e i test che eseguiamo visita il sito www.helan.it

Utilizza l'espositore da banco per aumentare il sell out

cosmesi di laboratorio HELAN GENOVA

L'efficacia nelle erbe

MADE IN ITALY

SOMMARIO

3. EDITORIALE
#noirestiamoinfarmacia
5. IL MONDO DI OZ
La brutta bestia della realtà
6. EMERGENZA COVID-19
Siamo qui, a oltranza
8. CRONACHE RURALI
Il "virus della Corona"
9. IL FISCO ALLE ORECCHIE
Il tempo dell'emergenza

Scenari

12. PRIMO PIANO
La sfida della farmacia dei servizi
16. PROFESSIONE
In attesa di chiarezza
19. CONVEGNI
Alleanza come risorsa
21. IMPRESA
Un aiuto alle farmacie
24. RETI
Aggregazioni in evoluzione
28. COSMESI
La bellezza si conferma valore
30. AZIENDA
Un'impresa dall'animo solare
32. MIXER

Storie

36. IL RACCONTO
La bellezza della vecchiaia

NUTRIENTI e SUPPLEMENTI

40. OLIO DI PESCE A PROTEZIONE DEL CUORE
Il British medical journal promuove gli integratori a seguito di uno studio osservazionale sull'incidenza di eventi cardiovascolari sui consumatori abituali
41. ARTRITE REUMATOIDE E ACIDO FOLICO
Il folato sembrerebbe contribuire a ridurre l'alto rischio cardiovascolare cui sono soggetti i pazienti Ar
41. IPERTENSIONE SOTTO CONTROLLO NATURALE
Una combinazione nutraceutica migliora valori pressori e resistenza allo sforzo
42. LATTE UMANO DI ALTA QUALITÀ
Gli oligosaccaridi, zuccheri complessi presenti nel latte materno, incidono sullo sviluppo psico-fisico del nascituro
43. COLESTEROLEMIA E SUPPLEMENTAZIONE
Fibre d'avena ricche in beta-glucani migliorano il profilo lipidico

Spezie

47. CONSIGLI DI VIAGGIO
Verona la bella
50. TEMPO LIBERO

Servizi

54. PRODOTTI
56. IL LIBRO
Strategie digitali

facebook.com/Rivista.iFarma
http://lnked.in/iFarma

iFARMA EDITORE

iFARMA EDITORE SRL
Via Ezio Biondi 1, 20154 Milano
T: 02 349951 - Fax 02 33107015
info@ifarma.net
www.ifarma.net

PRESIDENTE E DIRETTORE EDITORIALE
Ismaele Passoni

DIRETTORE RESPONSABILE
Laura Benfenati (direttore@ifarma.net)

REALIZZAZIONE EDITORIALE
Proedi Comunicazione srl
(info@proedi.it)

REDAZIONE
Elena Peverata (elena.peverata@ifarma.net)
Chiara Zaccarelli (chiara.zaccarelli@ifarma.net)

COLLABORATORI
Mariasandra Aicardi, Antonio Astuti, Lorenzo Bertolani, Maurizio Bisozzi, Carlo M. Buonamico, Claudio Buono, Aldo Cacco, Franco Falorni, Andrea Garrone, Laura Gatti, Nicola Miglino, Giorgio F. Pintus, Arturo Saggese

REDAZIONE WEB
Marco Rocco
(marco.rocco@digitalsolutionsitalia.it)

ART DIRECTOR
Floriana di Maio

IMMAGINI
Cristiana Casotti, Edoardo Sardano, archivio iFarma Editore, Dreamstime, Shutterstock

CONCESSIONARIA PER LA PUBBLICITÀ
Digital Solutions srl

ADVERTISING SALES MANAGER
Giancarlo Confalonieri
(giancarlo.confalonieri@digitalsolutionsitalia.it)

MARKETING
Stefano Butti, Luana De Stefano, Elisa Mastroianni

AMMINISTRAZIONE
Katia Greto

COORDINAMENTO TECNICO E TRAFFICO
Paola Grilli (paola.grilli@ifarma.net)

REG. TRIB. MILANO No. 107, 14/03/2017
iFARMA EDITORE SRL ISCRITTO AL ROC No. 29799 DEL 28 GIUGNO 2017

PERIODICITÀ: MENSILE
DIFFUSIONE MEDIA: 18.000 COPIE

STAMPA: GRAPHICSCALVE SPA
LOCALITÀ PONTE FORMELLO, 1/3/4 - 24020 VILMINORE DI SCALVE (BG)

Nonostante l'editore abbia fatto il possibile per includere il copyright di ogni immagine, nel caso in cui ci fossero stati errori, omissioni o sviste ci scusiamo con i detentori del copyright in questione, i cui nomi verranno pubblicati nelle prossime uscite.

Sebbene il magazine iFarma abbia fatto il possibile per assicurare l'accuratezza delle informazioni pubblicate, non può essere considerato responsabile delle conseguenze sorte da errori o omissioni. Tutti i diritti sono riservati.
La riproduzione in tutto o in parte dei contenuti è proibita.

Ti aspettiamo a
Cosmofarma
Pad. 30 Stand A3-B4

È un +

perchè la mia farmacia ha tutto ciò di cui ho bisogno.

I benefici per la tua farmacia grazie a BD Rowa:

I nostri sistemi di stoccaggio innovativi non migliorano solamente la gestione del magazzino. Con la nostra tecnologia gestisci rapidamente e comodamente le ricette elettroniche. Inoltre sarai sempre sicuro di avere il farmaco in stock.
Scopri di più su: bd.com/rowa

BD Rowa™

#innovationforpeople

EDITORIALE

#noirestiamo infarmacia

Laura Benfenati
direttore

Stremati. È l'aggettivo che meglio descrive le condizioni dei farmacisti in queste ore, in questi giorni. Ce lo scrivono, ce lo raccontano a pagina 6, ce lo dicono le foto con le barriere in *plexiglass* sui banchi e gli occhi stanchi dietro a mascherine recuperate qui e là.
La farmacia è il primo presidio sanitario sul territorio ma mai come durante l'emergenza Covid-19 è stato così evidente. Evidente purtroppo a noi del settore prima che ad altri, perché sui *media* i farmacisti all'inizio non sono stati considerati. Il presidente del Consiglio, il commissario Borrelli hanno ringraziato plurime volte medici e infermieri – che indubbiamente sono in prima linea a fronteggiare questa emergenza – ma nelle prime due settimane di misure straordinarie si sono dimenticati dei farmacisti.
Si danno sempre un po' per scontate le farmacie e i titolari sono considerati privilegiati anche in questa circostanza: in fondo possono continuare a lavorare mentre un intero mondo commerciale e produttivo è costretto a fermarsi. Fare i farmacisti in questi giorni però non è proprio questo gran privilegio: significa soprattutto paure, lacrime, ansie per i familiari, senso di impotenza nel non poter soddisfare le richieste dei propri clienti, decine e decine di telefonate giornaliere di chi chiede le mascherine, loschi figuri che entrano in farmacia a proporle a prezzi vergognosi.
E poi alla conferenza stampa della Protezione Civile, ogni giorno alle 18, si sentono continui annunci sull'arrivo di enormi quantitativi di mascherine dall'estero destinati agli operatori sanitari: in farmacia però all'inizio della terza settimana di misure straordinarie non sono ancora arrivate, una vergogna.
I titolari hanno fatto da soli: si sono organizzati, hanno montato schermi sul banco, hanno iniziato a produrre gel, hanno recuperato mascherine innanzitutto per le proprie squadre in trincea. E hanno cominciato ad avere sempre più paura. È mancato il primo collega e poi il secondo, mentre i medici di medicina generale già da giorni avevano chiuso i loro studi. Si piange in farmacia, ha detto Andrea Raciti, titolare ad Alzano Lombardo, in provincia di Bergamo, raccontando a *Corriere.it* delle 42 chiamate per bombole di ossigeno, durante il turno di notte, che non ha potuto soddisfare perché bombole non ce ne erano più: «Non mi vergogno a dirlo ma ho pianto 42 volte».
Sono mancate totalmente linee guida alla categoria in questa emergenza, sono emersi più che mai i limiti della sanità regionalizzata, i titolari sono stati lasciati soli, come scrive Maurizio Bisozzi a pagina 6: «Avamposti dimenticati dalle istituzioni in ritirata, siamo in trincea a dare risposte, a tranquillizzare, a trasmettere quella fiducia che facciamo fatica a trovare anche in noi».
Che sia stata colpa dell'oggettiva difficile interlocuzione con le istituzioni in un momento così critico, dell'assenza di un'unità di crisi permanente in Federfarma o della mancanza di una strategia di comunicazione efficace lo dirà il tempo, a bocce ferme, quando tutto sarà alle spalle. Questa drammatica emergenza può però aiutare a far comprendere una volta per tutte che le farmacie sono il baricentro del Servizio sanitario sul territorio, che la Dpc ha un senso più della distribuzione diretta, che in farmacia ci sono professionisti sanitari straordinari. È la rete delle farmacie che è una forza, sono i singoli titolari, con i loro collaboratori, sul campo. E meritano molto di più.
#noirestiamoinfarmacia ■

NeoBianacid conosce e cura lo stomaco.

Per tutto il 2020 un marketing mix unico per un supporto continuo al sell out

- Forti investimenti pubblicitari
- Informazione Medica
- Attività di campionamento e formazione professionale per il punto vendita

Con poliprotect®

Complesso molecolare vegetale e minerale che **spegne rapidamente il bruciore e calma il reflusso formando una barriera protettiva.**

PER SCOPRIRE TUTTI I DETTAGLI DELL'OPERAZIONE CONTATTA L'AGENTE DI ZONA O L'UFFICIO COMMERCIALE (FRONTOFFICE@ABOCA.IT - 0575 746316)

SONO DISPOSITIVI MEDICI CE 0373

Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni per l'uso.

Aboca S.p.A. Società Agricola Sansepolcro (AR) - **www.aboca.com**

MATERIALE AD ESCLUSIVO USO PROFESSIONALE

Aboca
Innovazione per la salute

IL MONDO DI OZ

La brutta bestia della realtà

Al tempo del Covid-19, la farmacia si scopre non riconosciuta come meriterebbe e come parrebbe aspettarsi

L'emergenza Covid-19 si è ovviamente abbattuta con forza anche sul mondo della farmacia e dei farmacisti, generando reazioni di varia e diversa natura. Su tutte un *sentiment*, che prevale nettamente sugli altri: il coacervo di rabbia, frustrazione, protesta, orgoglio, rivalsa, delusione e altro ancora suscitato dalla constatazione che i farmacisti non hanno avuto gli stessi riconoscimenti né lo stesso pubblico apprezzamento riservato ad altri professionisti della sanità.

La classica goccia che ha fatto traboccare il vaso è stato l'intervento con il quale il capo dello Stato Sergio Mattarella, elencando tutti gli "eroi del Coronavirus", ha dimenticato di citare proprio i farmacisti delle farmacie, con delusione e scorno (legittimi e comprensibili) dei diretti interessati. Il malcontento della categoria è inevitabilmente tracimato con un'onda di piena spinta da una semplice, incontestabile constatazione: «Ma come? Noi stiamo H24 e sette giorni su sette dietro al bancone a reggere l'urto di milioni di italiani comprensibilmente spaventati e in cerca di rassicurazioni, informazioni e risposte, esponendoci al rischio del contatto diretto senza che nessuno si sia premurato di fornirci almeno uno straccio di mascherina di protezione, e poi nessuno ci si fila, riservando tutti gli onori e la gloria (meritatissimi, per carità) a medici e infermieri?».

Al netto di un possibile filo di vittimismo, emerge comunque l'esistenza di una percezione inadeguata di ciò che farmacia e farmacisti sono e fanno. C'è, insomma, un annoso problema – da tempo meritoriamente rilevato e denunciato da Utifar nel suo bilancio sociale della farmacia – di sottoconsiderazione e sottovalutazione negli ambiti politico-istituzionali, probabilmente frutto (anche) di problemi di comunicazione e di corretta interlocuzione.

Al riguardo, però, ai piani alti della rappresentanza di categoria non tutti sembrano evidentemente disposti ad ammetterne l'esistenza. Proprio su questo giornale, appena un mese fa, abbiamo potuto leggere affermazioni autorevoli secondo le quali con l'attuale *governance* del sindacato, Federfarma gode (modo verbale indicativo) di una "credibilità in continuo aumento"nei confronti della politica e delle istituzioni. Siamo anche stati messi a parte di asseriti meriti sul fronte della comunicazione, dove grazie a iniziative come *FarmaMagazine* e *Federfarma Channel* sono stati fatti passi avanti.

Non rileva né è utile parlare, qui e ora, della validità ed efficacia, in termini di risultati concreti, delle suddette iniziative di comunicazione, che ciascuno può serenamente valutare da sé, avendone esperienza diretta. Ma è evidente che, tra dichiarazioni come queste e la realtà della situazione impietosamente messa a nudo da Covid-19, qualcosa non torna.

Non si vuole mettere in dubbio (anche per non urtare la suscettibilità di nessuno) che Federfarma abbia "ritrovato la sua centralità sia con la politica che con le istituzioni", come proverebbero le ripetute dichiarazioni del ministro della Salute su "l'identità di ruolo e la fondamentale importanza della rete delle farmacie italiane al servizio del cittadino". Resta però il fatto che il "trattamento" riservato alle farmacie e ai farmacisti nelle prime settimane dell'emergenza Coronavirus racconta un'altra storia.

Prenderne atto è quantomeno doveroso, se si vuole che la realtà finisca per avvicinarsi davvero alla rappresentazione che se ne dà. Perché la realtà è una brutta bestia, che non guarda in faccia nessuno e non legge le interviste. E soprattutto ha la pessima, sfacciata abitudine di finire sempre per imporsi. ■

Giorgio F. Pintus

EMERGENZA COVID-19

Siamo qui, a oltranza

È emerso il tratto essenziale del nostro lavoro, quell'importanza di cui nessuno ci ha mai parlato, che non è materia d'esame

Lorenzo Bertolani, Badia a Settimo Scandicci

Anche stasera siamo a casa. Pensare di sedermi con i miei è una grande consolazione. Mi lavo di nuovo le mani... non ricordo quante volte l'ho fatto oggi. Mi sembra di essere uno scampato; la sensazione è di camminare su un filo, per aria, senza alcuna rete protettiva sotto.
È questo senso della precarietà che mi infastidisce, il fatto che, malgrado tutto l'impegno, ci possa essere qualcosa di estremamente pericoloso che sfugge, inesorabilmente. Ci togliamo la mascherina come fosse un elmo, il camice uno scudo... Penso alla dedizione dei medici, degli infermieri, degli operatori sanitari; di tutti i miei colleghi in Italia, specialmente nelle zone più colpite dal virus; di quanti permettono che il nostro lavoro proceda e di chi assicura la sua presenza, come coloro che lavorano negli alimentari, per mantenere un senso di quotidianità, il pane di ogni giorno. Penso invece a quanti sono stati costretti a chiudere le loro attività, ai due colleghi che sono mancati: lo specchio di uno scenario da brividi. Mi arriva un messaggio sul telefono, è il nostro sindaco che scrive. Ci commuoviamo. Oggi si è fermato in farmacia per un saluto. Con la voce rotta dall'emozione ci ha incitato ad andare avanti, a tener duro. Facciamo il possibile, come del resto sta facendo lui, con il cuore, la ragione e la competenza. Penso di nuovo che, infine, quasi drammaticamente, è emerso il tratto essenziale del nostro lavoro, quell'importanza di cui nessuno ci ha mai parlato, che non è materia d'esame, ma che forse, profondamente, tutti abbiamo sempre considerato. Noi siamo qui, con convinzione, a oltranza. Penso spesso a mio padre Brunello: durante l'alluvione del 1966, portava su una barchina le medicine, porta a porta, senza alcun compenso. Gli ordini e le necessità gli arrivavano con il passaparola. Vorrei averlo qui ora, accanto a me e a mia sorella Mariella; sarebbe positivo come sempre, troverebbe il modo di rinnovarci l'energia. Forse proprio in questo momento, provando a intessere un ragionamento, capisco, quasi brutalmente, perché ho scelto questo mestiere: il cuore dei padri, della socialità e della condivisione. Essere parte di una comunità, la "politica" vera, quella nobile.
Qualche giorno fa ho pensato di mandare tutti in permesso e rimanere da solo, ma è anche vero che bisogna essere razionali se si vuole veramente aiutare gli altri. Così alterno i miei collaboratori, cercando di fare, per quanto possibile, delle squadre fisse. Arianna, Gianni e Luca sono encomiabili, ognuno a suo modo, ognuno necessario. Confesso che ho più paura per loro che per me. Siamo tesi, impauriti e storditi. Straniti, come quando l'altoparlante ci "intima" di non uscire di casa... e quante volte anche noi lo raccomandiamo... Alla fine, soprattutto in queste ultime ore, mi sembra che ci sia più ragionevolezza anche nella gente, che si stiano tirando le somme su chi e su che cosa vale, e noi farmacisti, lo ribadisco, ci stiamo dentro appieno con i nostri timori e il nostro impegno. Così mi siedo con i miei figli e mia moglie, apriamo una bottiglia di vino rosso, ci facciamo il segno della croce e auguriamo a tutti il coraggio e la speranza.
Un abbraccio grande. Ho braccia lunghe, ben oltre il metro.

NON È UNA MALATTIA, È UNA GUERRA

Maurizio Bisozzi, Roma

Se penso che mio padre, buonanima, mi diceva: «Fai il farmacista, dai: lavoro tranquillo, rispettato, fai un sacco di soldi e non hai grattacapi». Se mi vedesse oggi, con un Ssn che mi paga sì e no l'affitto, con dottor Google a rendere inutili i miei anni di studio, con la Regione che drena risorse e pazienti, mi mancava solo il Coronavirus. Non è una malattia, è una guerra. Barricati dietro al bancone, sul quale ho montato in fretta e furia schermi protettivi, cartelli intimidatori a vietare l'ingresso oltre la coppia, guanti e visiere, perché di mascherine manco l'ombra.
In confidenza, una decina per noi le avrei pure, ma come faccio a indossarle e dire seraficamente al cliente che sono finite. Sono finite per loro ma ci sono per noi? Sembra quasi che stia negando la maschera antigas (siamo in guerra già l'ho detto?), un *mors tua vita mea* che poco si accorda con lo spirito del sanitario. E come in tutte le guerre che si rispettino la prima vittima è la verità: poche notizie certe e tante chiacchiere in libertà, teorie complottiste a manciate. Al banco ne sento di tutti i colori: sono stati i cinesi, no gli americani, l'Isis che qualcuno confonde con l'Inps o perfino le donne, visto che le vittime sono all'80 per cento maschi. Unica certezza è la nuova distanza, mica solo fisica, la diffidenza verso il vicino, siamo arrivati al sovranismo individuale; nessun uomo è un'isola, ma oggi l'isolazionismo è il verbo della salvezza. La cautela dei giorni passati è diventata paura, la leggo negli occhi dei passanti, nei gesti rapidi e sfuggenti, la percepisco nei colleghi accanto, sento i loro pensieri: ci hanno lasciati soli, avamposti dimenticati dalle istituzioni in ritirata, siamo in trincea a dare risposte, a tranquillizzare, a trasmettere quella fiducia che facciamo fatica a trovare anche in noi. Una trincea che non ti nasconde al nemico, non sai da che parte potrebbe arrivarti addosso, magari già ce l'hai dentro e non lo sai. Non sei solo isolato, sei proprio solo, la solidarietà ti arriva dai colleghi, fantaccini, carne da cannone anche loro, schierati e abbandonati disarmati, senza un riconoscimento ufficiale che non sia ipocritamente di facciata, senza una mano concreta che non sia quella – e pure rara – del politico in Tv che stringe simbolicamente quella di qualche rappresentante. Per fortuna un grazie ci arriva, mormorato e distorto dietro le mascherine, dai nostri clienti. Mascherina, *chador* della salute, sopra la quale scopri la bellezza di occhi mai notata prima, confusa nei lineamenti, distratta da un sorriso, da una smorfia. L'avevo letto da qualche parte che nel pericolo ti soffermi sul particolare, il colore di un fiore, il canto di un uccello, l'odore di un campo. Bene, è tutto vero.
È sera, fuori dalla farmacia la fila finalmente si dirada, esco a prendere un po' d'aria, alzo gli occhi e le orbite vuote di balconi e finestre si riempiono di volti e di suoni, un *flashmob* che dà i brividi. Le isole si cercano, si chiamano, fanno arcipelago, cantano il no all'isolamento. Belle e tristi, grida e canti degli ospiti di un carcere, uno sterminato Regina Coeli che ha rinchiuso dal Colosseo a San Pietro, da Trastevere a piazza Navona con sbarre invisibili, come il virus che dovrebbe tenere fuori.
Rientro e sorrido alla bambina sulla porta, ha una mascherina con i pupazzi Disney e mi chiede:«Dottore ce l'hai l'Amuchina per Poldo?» indica l'orsetto stretto al petto. Per fortuna l'abbiamo preparata in laboratorio e Poldo stasera avrà il suo bagnetto igienizzante. Il buio arriva e avvolge il silenzio della strada, irreale al centro della città, buio e silenzio in cui non puoi nasconderti e scaricare il peso che hai nel cuore. Domani il sole tornerà a sorgere e la battaglia continuerà, perché qui si combatte per vincere.

TUMULTO

Aldo Cacco, Mogliano Veneto (TV)

Il tumulto e i suoi sinonimi riguardano familiari, amici, collaboratori e i nostri clienti. Partendo da questi ultimi non c'è dubbio che questo sia un momento di grave turbamento, di grande agitazione, di incredibile apprensione, di angosciante preoccupazione, di incontrollabile inquietudine. Questi stati d'animo si riverberano nel nostro lavoro, che quotidianamente ci mette in relazione con decine e decine di persone che devono governare il putiferio delle loro emozioni. Non ci sono mascherine, il gel disinfettante nemmeno. L'alcol, anche quello denaturato, è finito. Domani non ci sarà più nemmeno idrossichinolina. Moriremo, moriremo tutti, non ci sarà più spazio nelle sale di rianimazione. È notizia di questi giorni la scomparsa di Max von Sidow che nel film *Il Settimo Sigillo* di Bergman giocava a scacchi con la morte cercando di prolungare la vita. Anche noi dovremo farlo?
E se dovrà essere così, con che animo potremmo aprire tutti i giorni la nostra farmacia e cercare di portare un po' di conforto nel caos di queste giornate?
Eppure lo facciamo, ci facciamo forza, ma soprattutto lo fanno i nostri collaboratori, veri eroi di questo momento di grande baraonda.
Grazie a Sandra, Martina, Chiara, Fiorella, Francesca e Aldo, che riescono a svolgere il loro lavoro con tranquillità pur avendo il cuore in apprensione per aver lasciato a casa i figli, i genitori, i mariti e le mogli.
No, loro non restano a casa, vengono in farmacia. Ma in questi giorni ci si ricorda di tutti fuorché di noi farmacisti. Anche il nostro Presidente, Mattarella, si è dimenticato di noi. Peccato.
Una cosa però deve essere chiara, quando sarà finito tutto questo.
Il tumulto dovrà generare una rivoluzione. Noi abbiamo un ruolo nella salute dei nostri concittadini, un ruolo fondamentale. E questo dovrà essere riconosciuto. In questo frangente le farmacie sono state tutte aperte. Perché sono un presidio del territorio. Che senso ha chiedere alle persone di rimanere a casa e poi costringerle a ritirare i farmaci a chilometri di distanza? I farmaci, tutti o quasi, devono essere in farmacia. La farmacia ha una pianta organica, a garanzia di una capillare distribuzione in tutta la nazione.La dematerializzazione della ricetta medica ha certificato la sua importanza. Ma dov'è finito il fascicolo sanitario elettronico?
La presa in carico del paziente cronico e la farmacia dei servizi dovranno essere realizzati rapidamente per tutelare al meglio la salute di tutti.
Mi auguro che i nostri "capi" facciano valere, subito, l'importanza della nostra figura altrimenti si rischierà che durante il prossimo *big one* della virulenza non ci siano farmacie e farmacisti disponibili. Sostituire, apprendere, inventare e reinventare una professione antica e moderna con ottimismo e fiducia: ecco quello che vorrei facessimo.
Noi siamo pronti.

CRONACHE RURALI

Il "virus della Corona"

Sui social si sono moltiplicate le polemiche sulle farmacie rurali. Le sedi in cui si deve cercare di risolvere le criticità della categoria sono però ben altre

Anche se "*l'ironia è ormai diventata una facoltà a numero chiuso*", che nessuno si senta offeso da questa mia convinzione: per molti nostri colleghi e colleghe, i *social network* hanno ormai soppiantato la Farmacopea Ufficiale, la Tecnica e la Legislazione Farmaceutica. Come diretta conseguenza, le *chat* di vario e partecipato genere divengono agoni incontrollabili per delineare scenari apocalittici o delegittimare l'attività sindacale di una categoria professionale. Ora, da strenuo assertore della dialettica come strumento della partecipazione democratica, non intendo certo censurare la libera espressione altrui, ma semplicemente porre alcune brevi considerazioni.
Se è indubitabilmente vero che il mondo della farmacia (rurale soprattutto) viva difficoltà crescenti e pesanti, mi riesce davvero difficile accettare che l'individuazione dei tanti sacrosanti problemi sia affidata quasi esclusivamente a dialoghi *one to one* (quando non a monologhi o lamenti unidirezionali) e le poche soluzioni suggerite si limitino soprattutto a *slogan*, quali "tutti i farmaci in farmacia" (abolizione della distribuzione diretta), o "stato di agitazione per manifestare con le partite Iva" (verrà il tempo che riusciremo a toglierci qualche sassolino dalle scarpe...), per citare solo i più gettonati. Tutto ciò mi pare il segnale preoccupante (quantunque legittimo) di aver intrapreso una strada sulla quale sia elevato il rischio di... farsi del male. E da soli, per giunta.
Le questioni che si stanno affrontando a livello nazionale sono molteplici e maledettamente decisive: convenzione e remunerazione, "danni" da distribuzione diretta, farmacia dei servizi, indennità di disagiata residenza, turni di guardia farmaceutica festivi e notturni e altro ancora. Senza entrare nel merito di ciascun singolo argomento, ritengo che ogni suggestione, suggerimento o legittimo timore non vada sbandierato su mezzi di comunicazione visibili a chiunque (comprese, soprattutto, le nostre molteplici controparti istituzionali) ma sostanziato e indirizzato alle forme di organizzazione provinciali, regionali e nazionale che ci siamo dati per difendere i diritti e lo sviluppo delle farmacie italiane. Sono quelle le sedi opportune e accessibili a qualunque farmacista per contribuire alla risoluzione del massimo numero possibile di criticità. Ogni tipo di deriva incontrollata (ben distante dalla libertà di espressione e di dissenso, sia chiaro) può portare solo a confusione, all'affannosa rincorsa degli eventi, senza produrre risultati efficienti ed efficaci. E non ce lo possiamo proprio permettere.

Ogni tipo di deriva incontrollata può portare solo a confusione, all'affannosa rincorsa degli eventi, senza produrre risultati efficienti ed efficaci

In conclusione, evitiamo di incorrere nel rischio di farci contagiare dal "virus della Corona": ovvero considerare quelli che sono stati democraticamente eletti a guidare i nostri organi di rappresentanza (che, ovviamente, risponderanno, nel bene e nel male, del proprio operato) come persone cui strappare la Corona dal capo, ma senza poi rendersi disponibili a esporsi per provare a indossarla, quella stessa Corona. E non giusto per vedere l'effetto che fa, ma per assumersi la piena e rischiosa responsabilità di operare delle scelte. ■

Andrea Garrone
Segretario
Federfarma Piemonte

IL FISCO ALLE ORECCHIE

Il tempo dell'emergenza

Ecco qui riassunti i principali provvedimenti via via previsti dal Governo per far ripartire l'economia, duramente colpita dall'emergenza Coronavirus

L'emergenza Covid-19, più comunemente nota come epidemia da Coronavirus, continua a condizionare la vita di tutti noi. Il nostro Paese, ormai secondo solo alla Cina per contagi, ha adottato una serie di importanti misure finalizzate a contenere gli spostamenti sul territorio nazionale atte a limitare gli effetti dell'epidemia.
Nello specifico, gli effetti del Coronavirus non sono solo quelli legati alla salute degli italiani, bensì anche alle conseguenze delle misure restrittive già citate. Ma andiamo per ordine, analizzando l'evoluzione di queste misure nel corso delle ultime settimane.
Il decreto legge approvato dal Consiglio dei ministri il 28 febbraio 2020 ha, per primo, promosso una serie di prime misure volte a far ripartire l'economia, duramente colpita dall'epidemia (e anche dalla psicosi che ne è derivata).
La prima contromisura adottata punta a un differimento delle scadenze fiscali. Per esemplificare, il termine legato all'invio delle informazioni utili alle dichiarazioni dei redditi precompilate – ovvero i dati di reddito percepiti dai lavoratori dipendenti subordinati o assimilati, gli oneri che danno diritto a detrazioni o deduzioni – è procrastinato al 31 marzo 2020. La motivazione della proroga è legata alla difficoltà nella raccolta di tali informazioni a causa dello stato di blocco e caos in cui vertono tutti i settori a causa dell'epidemia.
Come diretta conseguenza, la norma provvede al differimento della scadenza del termine previsto per la consegna del 730, originariamente prevista per il 23 luglio, ora riportata al 30 settembre.
Allo stesso modo, anche la dichiarazione Unico precompilata risulterà disponibile sul portale dell'Agenzia delle Entrate a far data dal 5 maggio (lo scorso anno la scadenza era stata il 15 aprile).
Al tempo, poi, sono state presentate altre misure a sostegno di quella che è stata identificata, in una prima fase dell'epidemia, la "zona rossa", ovvero quella circoscritta ai Comuni dove il contagio è stato inizialmente maggiore e più violento (Bertonico, Casalpusterlengo, Castelgerundo, Castiglione D'Adda, Codogno, Fombio, Maleo, San Fiorano, Somaglia, Terranuova dei Passerini, Vò).
Ricordiamo le misure più significative. I versamenti scadenti tra il 23 febbraio e il 30 aprile legati ai ruoli, accertamenti, avvisi di addebito, rottamazioni di ruoli e saldo e stralcio sono stati prorogati al 31 maggio 2020. Sono inoltre stati sospesi i pagamenti delle bollette legate a utenze aventi scadenza fino al 30 aprile, con previsione di successiva rateizzazione degli importi oggetto di sospensione.
Il decreto prevedeva poi la cassa integrazione in deroga per i datori di lavoro del settore privato operanti nei Comuni sopracitati, per il periodo di sospensione del rapporto di lavoro e al massimo per tre mesi.
Un'altra misura poi prevedeva una indennità di 500

Anche l'Enpaf si è adeguata rispetto alle scadenze delle quote, portando quella prevista per il 30 aprile al 30 giugno

(*continua*)

Arturo Saggese
commercialista
Punto Farma srl

© Panchenko Vladimir/shutterstock.com

euro al mese, per un massimo di tre mesi, per i co.co.co., i professionisti e gli autonomi residenti.
L'evoluzione dell'epidemia ha poi costretto a un allargamento del concetto di "zona rossa" (estendendolo di fatto a tutto il territorio nazionale) e a un consolidamento conseguente delle misure fiscali e finanziarie.
Il decreto legge del 16 marzo 2020 ha infatti esteso a tutto il Paese le misure, definendole infine come segue:

- sospensione dal giorno 8 marzo al giorno 31 maggio degli adempimenti tributari diversi dai versamenti;
- proroga al 20 marzo dei versamenti in scadenza al 16 marzo per imprese e professionisti con fatturato superiore ai 2 milioni di euro;
- sospensione dei versamenti erariali e previdenziali per tutti i soggetti appartenenti alle filiere maggiormente esposte alla crisi da Covid (turismo, sport, cultura, spettacolo) e scadenza rinviata al 31 maggio;
- sospensione dei versamenti erariali e previdenziali per tutte le imprese e professionisti con un fatturato inferiore ai 2 milioni di euro e scadenza rinviata al 31 maggio (con possibilità di rateizzazione della somma totale fino a un massimo di 5 rate);
- credito di imposta per esercenti impresa arti e professioni al fine di incentivare la sanificazione degli ambienti;
- detrazione di imposta per le erogazioni liberali effettuate da persone fisiche verso Stato, Regioni, Onlus;
- sospensione dall'8 marzo al 31 maggio dei termini relativi all'attività degli uffici impositori;
- sospensione dei termini di versamento che scadono nel periodo compreso dall'8 marzo al 31 maggio dei carichi affidati all'agente della riscossione;
- *bonus una tantum* di 600 euro per i lavoratori autonomi relativo al mese di marzo.

Queste le misure di maggior impatto anche per le farmacie.
Ricordiamo da ultimo che anche l'Enpaf si è adeguata rispetto alle scadenze delle quote portando quella prevista per il 30 aprile al 30 giugno.
Certamente ci auguriamo che questo momento di smarrimento e confusione legato al dilagare dell'epidemia da Covid-19 si plachi quanto prima, confidando comunque perché un prudente e coscienzioso intervento dei nostri governanti argini la perentorietà delle scadenze fiscali di periodo, anche con un occhio oltre il 31 maggio, evitando così di soffocare l'economia italiana già sufficientemente provata in questa fase.

Scenari

Numeri, trend, questioni legali e fiscali, distribuzione, modelli organizzativi, istituzioni e aziende

12. PRIMO PIANO
La sfida della farmacia dei servizi

16. PROFESSIONE
In attesa di chiarezza

19. CONVEGNI
Alleanza come risorsa

21. IMPRESA
Un aiuto alle farmacie

24. RETI
Aggregazioni in evoluzione

28. COSMESI
La bellezza si conferma valore

30. AZIENDA
Un'impresa dall'animo solare

32. MIXER

PRIMO PIANO

La sfida della farmacia dei servizi

© Montri Thipsorn/shutterstock.com

L'assistenza sul territorio non può prescindere dal ruolo della farmacia di comunità. La partita dei servizi, all'insegna di protocolli rigidi e numeri certi, è arrivata, con la sperimentazione, all'ora della verità

di Antonio Astuti, *farmacista*

Once Upon a Time. Correva l'anno 2006. Il grande "antagonista" delle farmacie Pierluigi Bersani aveva appena messo la firma sulla legge che, di fatto, avrebbe determinato la fine del monopolio delle farmacie sui medicinali di automedicazione. Da quattordici anni a questa parte, la valanga delle novità non si è più fermata e ci ritroviamo con un nuovo *quorum* più basso (e di conseguenza con centinaia di nuove farmacie), la possibilità di tenere sempre aperto, l'abbattimento dei "prezzi fissi", l'avvento dell'*e-commerce*, l'ingresso dei capitali nella proprietà e così via. In pratica, il sistema della farmacia italiana è stato totalmente stravolto. Al punto tale che diversi opinionisti affermano che "le farmacie non sono più quelle di una volta e non somigliano più a se stesse". Tutto vero. Per di più, in un particolare momento in cui – come in un romanzo che il grande Gabriel Garcia Marquez avrebbe potuto intitolare "La Farmacia ai tempi del Coronavirus", parafrasando uno dei suoi più celebri titoli – mascherine e Amuchina sono all'improvviso diventate i beni più preziosi del mondo. Nel lontano, appunto, 2006, però c'era chi aveva visto giusto guardando il futuro non con la palla di cristallo ma con il semplice buon senso, qualità che gli ha permesso di percorrere, in questo frattempo, la carriera che tutti noi farmacisti abbiamo visto. «A chi guardasse senza pregiudizi, era chiaro sin da quegli anni – ci ha detto il presidente della Fofi Andrea Mandelli – che, se non avessimo cominciato subito a ragionare in maniera nuova, la progressiva genericazione di tutte le molecole in Prontuario, e altre tendenze come l'esclusione della distribuzione territoriale dal circuito dell'innovazione, avrebbero portato alla morte certa della farmacia italiana così come la concepivamo, a causa dell'abbattimento del suo principale pilastro economico, i ricavi cioè da Ssn». Quando ancora a capo della Federazione c'era il grande Giacomo Leopardi, Mandelli presentò il 26 ottobre 2006 quello che fu battezzato "Documento Palazzo Marini", dove, di fatto, la Fofi pose le basi per la definizione della Farmacia dei servizi. Il documento, infatti, descrisse l'evoluzione, in maniera dettagliata, dei ruoli professionali del professionista nelle varie situazioni in cui prestava la sua opera, con particolare attenzione a quello del "farmacista di comunità nelle farmacie aperte al pubblico". Ecco così che, per la prima volta, accanto a quelle previste dalle normative vigenti (approvvigionamento, conservazione e dispensazione dei medicinali, preparazioni galeniche, garanzia di qualità, farmacovigilanza, promozione della salute, educazione sanitaria), furono individuate le cosiddette "Nuove funzioni professionali": partecipazione all'assistenza domiciliare integrata (Adi), analisi di prima istanza, servizi cognitivi a supporto del corretto utilizzo dei farmaci, continuità di erogazione dei farmaci nei casi di ripetibilità terapeutica, insomma l'ingresso della *Pharmaceutical care* nello scenario italiano.

Ebbene, ci sono voluti 14 anni, 11 dalla Legge del 2009, per cominciare a vedere concretizzata l'utopia di Andrea Mandelli, diventato poi parlamentare: «Finalmente ci siamo, la Farmacia dei servizi è ora oggetto di una sperimentazione nazionale in cui le farmacie verranno retribuite per le prestazioni erogate e, nel contempo, si misureranno l'efficacia e la costo-efficacia dell'intervento del farmacista di comunità. E da questa valutazione dipenderà la stabilizzazione del modello nella rete di assistenza territoriale. Anche le cronache di questi giorni dimostrano che l'assistenza sul territorio non può prescindere dal ruolo della farmacia di comunità, a maggior ragione nelle emergenze, quando gli ospedali, le strutture dell'emergenza-urgenza, rischiano il sovraccarico. Per questo tutti dobbiamo operare perché la sperimentazione si concluda con un esisto positivo, per il futuro della nostra professione ma anche per migliorare la tutela del cittadino».

Tutti dobbiamo operare perché la sperimentazione si concluda con un esisto positivo, per il futuro della nostra professione ma anche per migliorare la tutela del cittadino

DALLE PAROLE AI FATTI

Insomma, dopo quasi tre lustri, finalmente, si è ufficialmente passati dalle parole ai fatti. Già, perché invece nel frattempo le farmacie non sono certamente restate solo in attesa della "manna da cielo" e in tutti questi anni hanno cominciato, chi in proprio, chi affiliandosi a *network* e chi anche improvvisando un po', a proporre i nuovi servizi alla popolazione. La grande differenza, quindi, rispetto al recente passato, risiede nella volontà dei decisori sanitari del Ministero e dell'Aifa di "regolarizzare" la disomogenea offerta messa attualmente in campo dalle farmacie. Per rispondere a questa esigenza, una volta ricevuta la certezza degli stanziamenti (36 milioni per il primo triennio di sperimentazione 2018-2020, che ha riguardato nove Regioni, Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Umbria, Lazio, Campania, Puglia e Sicilia, cui si aggiungeranno altri 25 milioni per il biennio 2021-

© kurhan/shutterstock.com

© Dan Race/shutterstock.com

2022, destinati però a tutte le Regioni) la categoria si è attivata per strutturarsi al riguardo partendo dai due settori più importanti: la raccolta dei dati, unitamente all'uniformità delle prestazioni, da una parte e la formazione dall'altra. Grandi protagonisti quindi Promofarma, società controllata da Federfarma, e Fondazione Cannavò, emanazione culturale della Fofi. «Avere in mano la conoscenza dei dati per poterli elaborare e proporre soluzioni innovative per l'intero sistema – afferma Fabrizio Zenobii, presidente di Federfarma Pescara e amministratore delegato di Promofarma – ci permette di assumere un ruolo fondamentale per i nostri *partner* amministrativi. In pratica, grazie a *software* di cui disponiamo, siamo in grado di monitorare in tempo reale la salute della popolazione. Nel momento in cui saremo anche capaci di intervenire a ragion veduta, con strumenti idonei e validati, sul 40 per cento dei pazienti che, per un insieme di motivi, non rispondono alla terapia, potremo davvero contribuire a razionalizzare l'intera spesa sanitaria. Sappiamo benissimo, infatti, che costa molto meno curarsi con i farmaci, per prevenire gli aggravamenti delle patologie croniche, piuttosto che soccorrere chi è costretto a ricorrere all'ospedale».

Promofarma però non si ferma certo "solo" all'aspetto prettamente numerico, in quanto ha già cominciato a raccogliere le adesioni delle farmacie delle prime nove Regioni per farle affluire sulla sua piattaforma informatica dedicata ai servizi. «Grazie ai nostri programmi – prosegue Zenobii – le varie farmacie, una volta deciso quali servizi attivare in relazione alle proprie caratteristiche, potranno registrare in modo uniforme i risultati delle varie prestazioni, andando così a realizzare un'enorme banca dati che metteremo a disposizione della sanità pubblica. La telemedicina, per esempio, potrà essere rendicontata a livello quantitativo per fornire indicazioni dettagliate sull'attività svolta e, quando anche le Regioni saranno pronte a farlo, si potranno incrociare i risultati degli *screening* in tempi brevissimi, traendone le giuste indicazioni per le varie campagne di informazione e prevenzione sanitaria». Con un'unica, grande, zona d'ombra, come chiosa Zenobii: «Mentre io per primo sogno un grande applicativo gestionale utilizzabile da tutte le farmacie, siamo però ancora molto indietro nell'uniformità della rete sul territorio, siccome fibra e Adsl sono perfetti sconosciuti in moltissime località rurali, montane e disagiate».

IL PERCORSO FORMATIVO

Parallelamente, la Fondazione Cannavò presieduta dal vice presidente della Fofi Luigi D'Ambrosio Lettieri, ha avviato il piano di formazione per dare ai farmacisti, che aderiranno a quello previsto dalla Farmacia dei servizi, gli strumenti culturali e operativi necessari ad agire con cognizione di causa. Considerando poi la rinnovata attenzione verso l'Educazione continua in medicina, tornata negli ultimi mesi agli onori della cronaca sia per la chiusura del triennio 2017-2019, prorogata di fatto fino al 2020, sia per le novità in tema di raccolta dei crediti necessari per essere in regola (in vista degli annunciati nuovi dettami sulle sanzioni), l'iniziativa dell'organismo "intellettuale" della Federazione assume ancor più valore.

© Dmytro Zinkevych/shutterstock.com

Il progetto, specificamente rivolto a coloro che erogheranno prestazioni e servizi previsti dalle linee di indirizzo della sperimentazione, è stato presentato in occasione della riunione dei delegati regionali della Fofi e dei presidenti delle Unioni regionali di Federfarma tenutasi a Roma in gennaio, e vi hanno partecipato le associazioni e le società scientifiche che lo hanno formalmente condiviso: Federfarma, Assofarm, Farmacie Unite, Utifar, Sifo, Sifap, Sifac, Fenagifar, Farma Academy. In pratica, è già stato individuato un doppio percorso formativo. Il primo, di "Formazione Base", erogherà 45 crediti, con 10 corsi Fad *e-learning*: un corso per ciascuno dei servizi previsti dalla sperimentazione, cognitivi (ricognizione farmacologica, supporto all'aderenza terapeutica per ipertensione, broncopneumopatia cronica ostruttiva e diabete), di *front office* (fascicolo sanitario elettronico) e quelli riferibili alle analisi di prima istanza (telemedicina e supporto allo *screening* del carcinoma colon-rettale). Ciascun corso avrà una durata di 90 minuti ripartiti tra contenuti tecnico scientifici (aspetti epidemiologici, clinici, terapeutici) e contenuti pratico-operativi delle procedure con cui saranno erogate le prestazioni. Il secondo, di "Formazione Avanzata", con 50 crediti a disposizione, è destinato ai farmacisti interessati a sviluppare una più specifica competenza sui temi della sperimentazione attraverso 10 corsi Fad su supporto cartaceo e informatico, della durata di tre ore ciascuno. Relatori e contenuti di tutti i moduli sono stati individuati in funzione del massimo rigore scientifico e delle necessità operative del farmacista che dovrà erogare le prestazioni. Insomma, ci è voluto tanto tempo ma ormai la Farmacia dei servizi sta per diventare realtà. Una realtà con cui la professione è ben lieta di confrontarsi per accrescere la sua funzionalità di carattere sanitario, *conditio sine qua non* per puntare ad avere un futuro degno di questo nome e del suo glorioso passato. ■

LASCIAMO PERDERE AVVENTUROSE SORTITE

Parlare di Farmacia dei servizi per molti è quasi ripetitivo. Per la professoressa **Paola Brusa**, docente di Normativa e tecnologia presso l'Università di Torino nel Dipartimento di Scienza e tecnologia del farmaco, invece no, dato che è stata una delle prime a individuare in questo settore l'avvenire della farmacia italiana e a misurare la sua esperienza su diversi fronti operativi.

«Sono ormai venti anni che mi occupo di progetti per le farmacie di comunità; inoltre, da alcuni anni sono all'interno del Consiglio dell'Ordine di Torino e ho osservato le mutazioni che il ruolo del farmacista ha avuto in questo lasso di tempo».

Bene, con questa premessa, secondo lei siamo arrivati all'agognato traguardo di veder finalmente partire in maniera strutturata e coordinata sul territorio la Farmacia dei servizi?

Mi auguro proprio di sì, dando così concretezza al nuovo Codice deontologico, che all' articolo 13 recita come il farmacista debba applicarsi in tema di *Pharmaceutical care* e presa in carico dei pazienti. D'altronde, le trasformazioni sociali hanno imposto il nuovo modello di farmacia e credo che l'occasione sia propizia per accrescere il ruolo sanitario di una professione che, altrimenti, vessata da *budget* Ssn in continua diminuzione e da dinamiche di mercato pressanti, rischierebbe di perdere la sua ragion d'essere.

Quali saranno i campi di maggiore sviluppo?

Partendo dalle analisi di prima istanza basilari – e a mio parere lasciando perdere avventurose sortite su Dna e consimili, tipo intolleranze alimentari e via dicendo, che non garantiscono certezze e anzi possono creare confusione – punterei poi su prevenzione, aderenza terapeutica e protocolli ben individuati, con il dichiarato obiettivo di fornire al decisore pubblico e alla comunità scientifica numeri in grado, per esempio, di facilitare l'opera di prevenzione attraverso anche mirate campagne informative.

Professoressa, si parla tanto anche di consegna di farmaci a domicilio inserite nel *mare magnum* della Farmacia dei servizi...

Reputo questo aspetto abbastanza... scivoloso, sia per il paziente che per il sistema stesso. Fatte salve le situazioni in cui la consegna a domicilio diventa una sorta di necessità, nella stragrande maggioranza dei casi credo che si tratterebbe solo di sostituire, con uno strumento, una normativa di riferimento (attualmente abbastanza nebulosa, *ndr*). Purtroppo è vero che il cosiddetto *delivery-service* prende, in generale, sempre più piede ma siamo davvero sicuri che serva nel caso del medicinale, quando la cosa più importante è il rapporto fra sanitario e persona?

PROFESSIONE

In attesa di chiarezza

© Leszek Czerwonka/Shutterstock.com

La nuova normativa sui dispositivi medici mette ordine su diversi aspetti della distribuzione, ma lascia ancora importanti interrogativi senza risposta. Il parere di Assoram

di Carlo M. Buonamico

Maggio è vicino e con esso l'arrivo del Regolamento 2017/745 – a cui seguirà poi il 746 – del Parlamento e del Consiglio europei, che riordinano rispettivamente la legislazione europea che interessa i dispositivi medici e i dispositivi medico-diagnostici in vitro.
Nati nel 2017 "dall'esigenza di migliorare la sicurezza dei pazienti e creare un quadro legislativo sostenibile e propizio all'innovazione", si legge sul sito del ministero della Salute, il primo si applicherà il 26 maggio 2020, mentre il secondo nella stessa data ma dopo due anni.
Si tratta di una materia assai vasta, che interessa tutta la filiera della salute. In questo articolo, faremo il punto su alcuni aspetti relativi alle novità che riguarderanno i dispositivi medici, di particolare interesse per l'intera filiera, dalla produzione alla dispensazione.

LA FIGURA DEL "DISTRIBUTORE"

Tra le innovazioni più importanti introdotte dal Regolamento 745 vi è quella riguardante la figura del distributore. «Non si tratta di una novità concettuale bensì di una definizione», illustra Vanessa del Gaudio, avvocato dell'area legale di Assoram. «Nel Regolamento infatti si fa riferimento agli operatori economici che hanno a che fare con i dispositivi medici (Dm): produttore, mandatario, importatore e distributore, appunto». Ma cosa si intende per distributore? Tutti coloro che acquistano, detengono e forniscono un Dm, così come emerge dalla nuova normativa.
E, quindi, «possono essere identificati come distributori di fatto tutti coloro che mettono a disposizione sul mercato un dispositivo, fino al momento della messa in servizio, anche attività commerciali di tipo diverso, come supermercati, centri commerciali, Grande distribuzione organizzata ed esercizi commerciali i cui prodotti siano inquadrabili nel Regolamento (per esempio gli ottici)», evidenzia Assoram.
Senza dimenticare, ovviamente, farmacie e parafarmacie: tradizionalmente considerati dispensatori di prodotti per la salute, rispetto ai Dm assumono la nuova veste di distributori.

GLI OBBLIGHI CONNESSI

La figura del distributore di Dm è disciplinata dall'articolo 14 del Regolamento, che definisce i principali oneri a suo carico.
Tra questi, «l'obbligo di essere a conoscenza dell'operatore a monte e a valle e l'obbligo di documentarlo», dice il direttore generale di Assoram Mila de Iure. «Un aspetto importante collegato alla tracciabilità del Dm, che si rifà al nuovo sistema Udi (*Unique device identifier*), che introduce un codice identificativo univoco apposto dal fabbricante su ciascun prodotto».
Questo codice sarà poi inserito nella banca dati Eudamed che permetterà di conoscere in trasparenza tutto il percorso del singolo dispositivo, sia da parte degli operatori sia da parte dell'utente finale e, più in generale, di tutti i cittadini. Anche se, ricorda Assoram, la banca dati Eudamed è ancora in fase di messa a punto e la sua piena operatività è prevista per il 2022.
Ma non finisce qui. Sul distributore gravano anche altri oneri: il controllo della presenza della marcatura Ce e dell'attribuzione dell'Udi a ogni dispositivo medico, nonché il mantenimento delle condizioni di conservazione del prodotto. «Per la distribuzione primaria questo ultimo aspetto non cambia l'operatività quotidiana, giacché gli operatori sono da sempre abituati ad attuare le norme di conservazione più idonee in relazione al proprio ruolo nella filiera della salute. Certo è che l'inserimento di questo specifico obbligo nel Regolamento gli conferisce un aspetto cogente che in precedenza non veniva esplicitato.
E, soprattutto, investe il distributore di una responsabilità nuova», mette in luce de Iure. E se ciò fa riflettere il distributore primario, a maggior ragione comporterà profonde considerazioni anche da parte degli altri *player* che ora, *obtorto collo*, si trovano a essere classificati come distributori.

TRA IL PRO E IL CONTRO SI NAVIGA A VISTA

In parallelo a queste rilevanti responsabilità a carico del distributore, il Regolamento indica anche che i comportamenti difformi a quanto previsto saranno sanzionati.
Ma non stabilisce quali siano le sanzioni da applicare, rimettendo la decisione in merito alla legislazione dei singoli Stati. «Ciò rappresenta un'incognita nel nostro Paese – avverte Assoram – perché a poche settimane di distanza dall'entrata in vigore del Regolamento ancora non è noto quale sia l'apparato sanzionatorio». Nonostante esso avrebbe dovuto essere definito entro la fine di febbraio dagli Stati membri e quindi comunicato alla Commissione europea.
Un ritardo dovuto alla contingente situazione di emergenza sanitaria da Coronavirus? Forse. Intanto, le attività derivanti dagli obblighi del distributore comporteranno la necessità che esso si avvalga di nuove professionalità, interne o esterne, in grado di soddisfarli. Criticità o opportunità? Dipende da quanto ciascun distributore sarà in grado di ampliare il proprio *know-how* su aspetti tecnico-pratici, come le verifiche documentali, l'adozione di misure per la corretta conservazione dei prodotti e, via via, fino alla collaborazione attiva nel processo di tracciabilità/rintracciabilità. Certamente, si aprono nuove prospettive per i formatori, che potranno prestare la propria opera per accrescere la capacità degli operatori di fare da sé per rispondere almeno ad alcune di queste incombenze. Auspicando che non vadano a detrimento della normale prassi lavorativa che, nel caso dei farmacisti, è già messa a dura prova dalla mole di burocrazia da smaltire relativamente ai prodotti farmaceutici.
«Noi vogliamo vedere il bicchiere mezzo pieno», commenta Del Gaudio. «L'entrata in vigore del Regolamento pone in luce il ruolo importante svolto dal distributore come figura centrale del Sistema salute non solo per quanto riguarda i prodotti farmaceutici, ma anche quelli classificati come Dm. Ciò proprio in relazione all'introduzione di questi oneri di conservazione e tracciatura. Restano però da chiarire gli aspetti più pratici sulle modalità che il distributore deve seguire per rispondere a queste richieste». Ma chi dovrebbe fornire delle regole per indicare, per esempio, come garantire la tracciabilità dei Dm? «L'ideale sarebbe che ci fossero delle "Buone pratiche di distribuzione" – interviene de Iure – cosa di cui abbiamo parlato anche con Confindustria dispositivi medici. Una maggiore definizione delle regole gioverebbe senz'altro a una migliore attuazione delle disposizioni, sia nell'interesse dei distributori sia a tutela degli utenti di questi dispositivi».
In chiusura, de Iure tiene a sottolineare: «Assoram ha avviato una solida collaborazione con Confindustria dispositivi medici sugli aspetti regolatori di impatto sulla distribuzione e con Confindustria dispositivi medici servizi per la formazione sulle novità in atto. L'emergenza Covid-19 ci ha imposto di rinviare il primo evento Assoram-Cdm in calendario per il 10 marzo, che sarà tuttavia riprogrammato. La Commissione tecnica qualità di Assoram è al fianco degli associati per un sostegno: la *compliance* ai nuovi dettami ora andrà ripensata in una nuova ottica maggiormente sostenibile per un'Italia ferma e allo stremo». ■

MDMS, LE NOVITÀ AIUTANO LA RICERCA

Il Regolamento 2017/745 introduce importanti elementi di novità per quanto riguarda i dispositivi medici a base di sostanze (Mdms). Fa il punto su questo aspetto un interessante opuscolo pubblicato da Aboca, a firma di Valentina Mercati ed Emiliano Giovagnoni, rispettivamente vicepresidente e direttore dell'Innovation & Medical Science del Gruppo Aboca: "Liberare le sostanze naturali – vi si legge – dalla visione farmacologica, appositamente sviluppata per valutare sostanze di sintesi isolate, significa fare ripartire la ricerca e l'innovazione in questo settore. La nuova normativa dei Mdms rappresenta una opportunità concreta per sviluppare prodotti innovativi e immetterli nel mercato garantendo il massimo livello di qualità, sicurezza ed efficacia".
Tra le principali rivoluzioni che interessano gli Mdms vi è quella relativa alle caratteristiche di efficacia e sicurezza dei prodotti che agiscono con meccanismo d'azione diverso da quello "chiave-serratura" tipico dei prodotti farmacologici. Dopo l'entrata in vigore del Regolamento, i produttori di Mdms potranno registrarli in base a evidenze scientifiche specifiche e non solo in base all'efficacia dimostrata dalla tradizione d'uso, come accade invece per i tradizionali farmaci vegetali.
A tutto vantaggio della sicurezza dell'utilizzatore. Sarà infatti possibile descrivere l'azione delle sostanze naturali complesse, adottando un approccio dell'*evidence-based medicine*, ma specifico per lo studio di tali sistemi, come per esempio quello della *systems medicine*.

Il laboratorio
che personalizza
l'esclusività

Dermocosmesi,
cosmesi galenica,
integratori

Soluzioni uniche
per soddisfare tutte
le principali esigenze
della Tua Farmacia

www.lab-o24.it

Lab-O 24
LABORATORIO OFFICINALE

CONVEGNI

Alleanza come risorsa

Anci e Federfarma insieme in Lombardia per rafforzare le sinergie tra gli attori della rete socio-sanitaria

di Claudio Buono

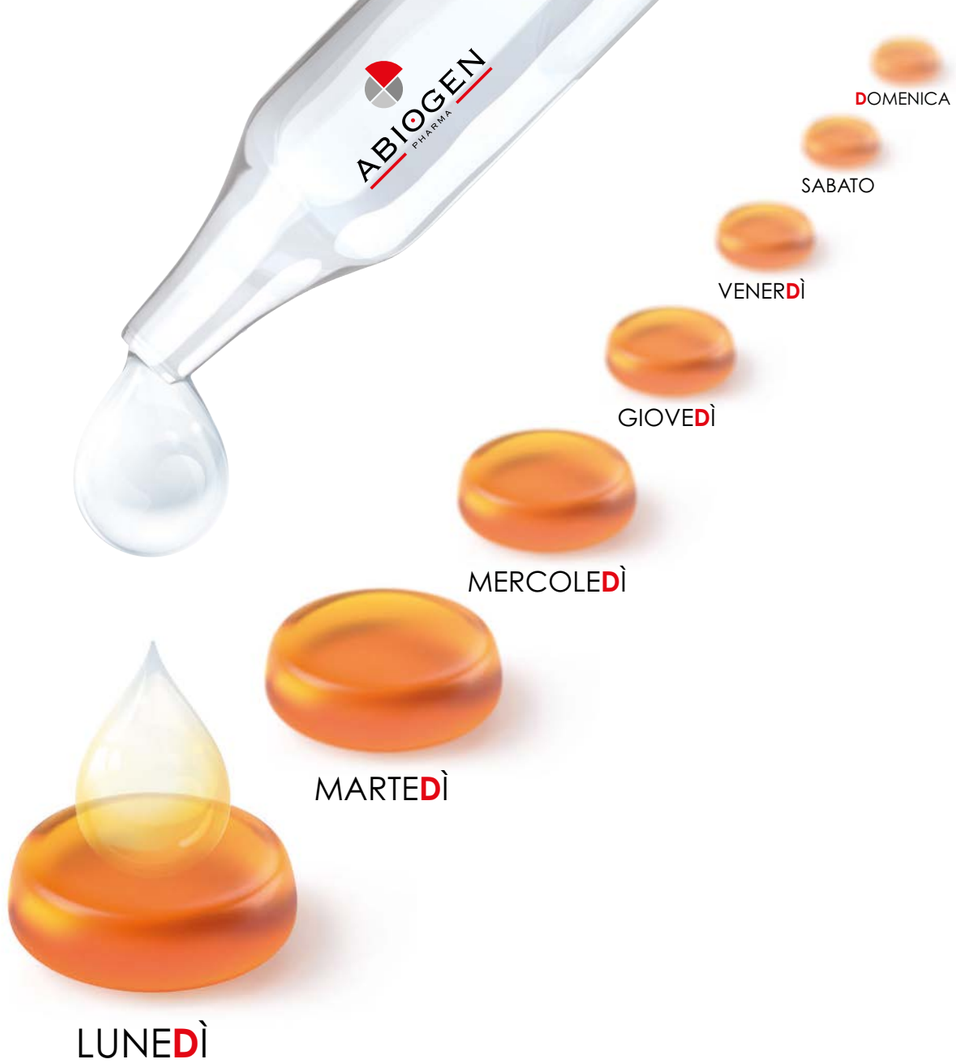
Garantire alle comunità servizi sempre più efficienti e offrire ai cittadini, soprattutto quelli dei Comuni più piccoli, spesso anziani e malati cronici, un maggiore sostegno e percorsi di cura integrati: sono questi i principali obiettivi a cui deve mirare il lavoro sinergico tra i diversi protagonisti del sistema socio-sanitario, le amministrazioni locali e la rete delle farmacie. Proprio l'importanza del continuo e proficuo dialogo tra sindaci, direttori di Ats e Asst e farmacie è il punto cardine emerso in occasione del convegno "Il ruolo delle farmacie al fianco dei sindaci", organizzato da Anci Lombardia Salute e da Federfarma Lombardia allo scopo di analizzare i punti di forza e le carenze nelle risposte ai bisogni socio-assistenziali della popolazione e nella presa in carico delle fragilità.

IL RUOLO DELLA FARMACIA

Uno degli anelli di congiunzione principali di questa rete sociale e sanitaria è la farmacia, che si integra offrendo competenze e professionalità e che, sia nei piccoli centri sia nelle grandi città, costituisce il primo presidio del Ssn, oltre che il più accessibile sul territorio. Merito anche di una rete capillare di esercizi: solo in Lombardia, per esempio, su 778 comuni fino a 3.000 abitanti ce ne sono 509. Le farmacie rurali ammontano a 944, ubicate nei circa 1.000 piccoli Comuni con meno di 5.000 abitanti e svolgono una funzione sociale fondamentale a servizio dei cittadini, non di rado pazienti fragili e anziani. Molti sono i progetti messi in campo dalle farmacie al servizio delle comunità: dalla consegna a domicilio dei medicinali ai malati con gravi disabilità, spesso soli, alla verifica dell'aderenza alle terapie da parte dei pazienti, al monitoraggio della corretta assunzione dei farmaci prescritti, attraverso la partecipazione a campagne di sensibilizzazione.
Nell'introdurre i lavori del convegno, Annarosa Racca, presidente di Federfarma Lombardia, ha sottolineato come il lavoro sinergico tra farmacie e amministrazioni comunali costituisca una risorsa per la collettività, che vede così migliorare la risposta alle domande di salute dei cittadini. Un'alleanza che permette, altresì, di valorizzare il ruolo delle farmacie lombarde come fondamentale avamposto sanitario di prossimità, anche a supporto di una più efficace continuità ospedale-territorio. «Il contributo delle farmacie non si limita alla dispensazione dei medicinali», ha affermato Racca. «In farmacia è possibile prenotare esami, eseguire test di autodiagnosi, usufruire del servizio di telemedicina, aderire a campagne di *screening* e prevenzione. Inoltre, con il recepimento delle autocertificazioni per le esenzioni E30 ed E40, i residenti hanno la possibilità di accedere a queste agevolazioni direttamente in farmacia, senza recarsi agli sportelli delle Asst. Anche in questo caso, parliamo di un'assistenza più vicina al cittadino e di una collaborazione che contribuisce ad alleggerire di qualche incombenza le aziende sanitarie, in una sanità che sta cambiando e che vede il territorio protagonista».

AIUTO RECIPROCO, MAGGIOR SOSTENIBILITÀ

È indispensabile, quindi, il dialogo e il confronto tra farmacie e amministrazioni locali per favorire una gestione ancora più efficace della presa in carico dei pazienti cronici, tenuto conto che, come ha evidenziato nel corso del suo intervento Mauro Guerra, presidente di Anci Lombardia, «l'invecchiamento della popolazione, specie nei piccoli Comuni (che in Lombardia sono il 65 per cento del totale) e l'aumento delle malattie croniche hanno mutato le necessità assistenziali nelle comunità. E le farmacie rappresentano certamente un *partner* privilegiato. Per questo, come Anci Lombardia, lavoreremo innanzitutto al fianco delle 478 farmacie comunali e di tutta la rete delle farmacie, nel loro ruolo di erogatori di servizi di prossimità».
Da parte sua, Massimo Giupponi, presidente di Anci Lombardia Salute e direttore generale di Ats Bergamo ha aggiunto: «Mediamente in ogni Comune della Lombardia ci sono 10-12 operatori che si occupano di socio-sanitario ma che purtroppo non riescono a dialogare adeguatamente. La collaborazione tra i diversi attori impegnati nella salute all'interno dei territori comunali è il primo passo per garantire la sostenibilità del Ssn». ■



D3Base Junior

Dalla ricerca Abiogen è nato il nuovo **integratore alimentare di vitamina D3** in forma di caramella gommosa da 600 U.I. per i bambini dai 4 anni in su.
Ne basta **una al Dì** ...anche il sabato!

Diamo forza alla crescita

WWW.D3BASEJUNIOR.IT

NOVITÀ 30 caramelle - 12,00 Euro
Solo in farmacia

Leggere attentamente le avvertenze

IMPRESA

Un aiuto alle farmacie

Credifarma è in prima linea nel supportare i farmacisti costretti all'improvvisa chiusura delle proprie attività per motivi sanitari legati alla pandemia. Subito pronto un piano di finanziamento che si attiva in sole 24 ore

di Carlo M. Buonamico

Li abbiamo visti costruire barriere di *plexiglas* artigianali sui propri banconi per proteggersi dal rischio di infezione da Covid-19. Sempre in prima linea, dapprima nella zona rossa della bassa Lombardia e poi nell'intera Penisola trasformata in una sola zona d'emergenza, a dispensare i farmaci così come a rispondere alle richieste di mascherine e gel igienizzanti per le mani nonché a cercare di "smontare" le infinite *fake news* sul Coronavirus. Sono i farmacisti italiani, che continuano a lavorare in trincea, sovraesponendosi a un reale rischio personale di infezione. Infezione che, oltre a danneggiare la loro salute, potrebbe andare a detrimento dell'attività professionale. Viene in loro aiuto un'iniziativa messa in atto da Credifarma, la realtà specializzata nel credito alle farmacie controllata da Banca Ifis e Federfarma, volta a supportare i farmacisti che dovessero sospendere l'attività per motivi di ordine sanitario. Vediamo di che si tratta insieme all'amministratore delegato di Credifarma, Marco Alessandrini.

MARCO ALESSANDRINI

Dottor Alessandrini, il piano di finanziamento proposto è studiato per supportare le farmacie che dovessero chiudere temporaneamente per ragioni legate all'emergenza Covid-19. Auspicando che ciò non si verifichi, avete stimato quale potrebbe essere la dimensione di questo fenomeno e, conseguentemente, il numero di richieste che potreste ricevere?
Non è possibile definire una numerica precisa e circostanziata. Una *proxy* potrebbe derivare dal rapporto tra le persone che attualmente sono contagiate, il perimetro all'interno del quale si trovano e il numero di farmacie. Peraltro auspichiamo che le misure restrittive adottate dalla Presidenza del Consiglio abbiano successo, invertendo presto la curva dei contagi. Vorrei evidenziare che il principio ispiratore del prodotto che abbiamo studiato *ad hoc* per le farmacie è quello di poter ottenere, in appena 24 ore dalla richiesta, un finanziamento per il periodo di chiusura a cui la farmacia può essere costretta nel caso in cui il titolare o uno dei suoi collaboratori contragga il virus. Con questa iniziativa puntiamo a risolvere almeno uno dei problemi, quello finanziario, a cui il farmacista dovrebbe far fronte in caso di sospensione temporanea dell'attività per pagare gli stipendi dei suoi collaboratori e onorare i fornitori per i prodotti acquistati, anche laddove invenduti.

A quanto ammontano i fondi su cui possono valere questi finanziamenti?
Proprio per l'impossibilità di definire una numerica esatta, come ho precisato, non abbiamo stanziato alcun *plafond* sull'ammontare dei fondi che potremo erogare alle farmacie costrette a una temporanea chiusura. Lo strumento finanziario a cui possono fare riferimento i farmacisti, in caso di necessità, prevede l'erogazione fino a un mese di fatturato, anche se è probabile che la chiusura della farmacia possa avere durata inferiore, tra le due e le tre settimane. Il finanziamento erogabile viene calcolato sulla base della media del fatturato dei tre mesi precedenti al periodo di chiusura, rapportato al

«L'erogazione avviene in sole 24 ore dalla richiesta, effettuata attraverso una dichiarazione in cui il titolare della farmacia indica il periodo di chiusura e i fatturati dei tre mesi precedenti»

numero di giorni di sospensione dell'attività. Il farmacista avrà la possibilità di rimborsare il finanziamento ricevuto fino a 18 mesi.

Chi può farne richiesta, in caso di necessità e quali sono i criteri di valutazione?
In caso di chiusura temporanea tutti i titolari potranno farne richiesta, indipendentemente dal fatto che si tratti di una farmacia urbana o rurale. Per quanto ovvio, il principio che ci ha ispirato è stato quello di dare un aiuto concreto alla farmacia in prima linea in questa emergenza. Il merito creditizio viene valutato in quanto siamo un intermediario vigilato dalla Banca d'Italia; è evidente quindi l'approccio, in termini di valutazione, di chi ha competenze specialistiche nel settore delle farmacie. Uno dei valori aggiunti di Credifarma deriva dal fatto che non adottiamo un approccio generalista, come invece potrebbe accadere da parte di una banca commerciale non specializzata. Noi seguiamo solo ed esclusivamente le farmacie e abbiamo sviluppato una cultura verticale che rappresenta un valore fondamentale sia per il farmacista sia per la nostra azienda.

Qual è l'*iter* che gli interessati devono seguire per aderire al piano di finanziamento?
C'è una *call-to-action* molto rapida che i nostri clienti già seguono: attraverso i vari canali digitali di Credifarma, che sono stati ulteriormente sviluppati nell'ultimo periodo, oppure chiamando il numero verde di Credifarma (800066377), o ancora, attraverso la nostra rete commerciale presente sull'intero territorio nazionale.

Una volta concesso il finanziamento, come si articola il piano di erogazione dei fondi e, successivamente, quello di rimborso da parte della farmacia?
L'erogazione avviene in sole 24 ore dalla richiesta, effettuata attraverso una dichiarazione in cui il titolare della farmacia, nostra cliente, indica il periodo di chiusura e i fatturati dei tre mesi

«Con questa iniziativa puntiamo a risolvere almeno uno dei problemi, quello finanziario, a cui il farmacista dovrebbe far fronte in caso di sospensione temporanea dell'attività per pagare gli stipendi dei suoi collaboratori e onorare i fornitori per i prodotti acquistati»

precedenti. A valle del periodo di chiusura, il fido viene restituito in rate mensili in un lasso temporale massimo di 18 mesi o più breve a seconda della scelta del farmacista. Ogni mese, con l'introito della distinta contabile riepilogativa, tratteniamo la quota parte della rata del finanziamento e mettiamo il resto nella libera disponibilità del farmacista. ■

RETI

Aggregazioni in evoluzione

© alphaspirit/shutterstock.com

Se a oggi la distribuzione intermedia è la protagonista dello scenario, il capitale ha una partita tutta ancora da giocare, dalla quale emergerà la "top ten" vincente. E le indipendenti? Una minoranza, ma di eccellenza

di Laura Gatti,
Consultant, Pharma & Healthcare

Il tema delle aggregazioni tra farmacie è stato uno degli argomenti più dibattuti dagli addetti ai lavori negli ultimi anni. L'ingresso dei capitali a seguito dell'entrata in vigore del Ddl Concorrenza ha generato infatti una grande attesa di cambiamento dell'*asset*to del settore e un'esigenza di confronto sulle modalità per affrontare i nuovi scenari. Tuttavia, a distanza di più di due anni, l'impatto della liberalizzazione risulta ancora limitato e ben al di sotto dei piani di acquisizione annunciati e delle previsioni effettuate dalle società più qualificate al momento dell'entrata in vigore della normativa.
Ma qual è oggi il contesto delle aggregazioni nel tratto finale della filiera farmaceutica? E soprattutto, qual è l'evoluzione che possiamo ragionevolmente attenderci nei prossimi anni?

LE CATENE VIRTUALI

A oggi le catene virtuali rappresentano il principale modello di aggregazione: circa 8.000 farmacie aderiscono a insegne virtuali e/o collaborano con altri esercizi con l'obiettivo di ottimizzare le politiche commerciali e assortimentali, mettere in atto il modello della farmacia dei servizi, avviare la propria attività alla digitalizzazione. In poche parole, le catene virtuali puntano a migliorare la competitività della farmacia preservandone l'indipendenza. In questo contesto però le esperienze sono molto varie e diverse tra loro per maturità e reali capacità operative: convivono gruppi ben strutturati con funzioni già centralizzate con altre realtà più "leggere" e meno organizzate. Convivono anche catene virtuali "generaliste", che aggregano diverse tipologie di farmacie, con reti specializzate, in grado di offrire assortimenti e servizi a specifici *target* di pazienti/consumatori.
In questo variegato scenario, una modalità di interpretazione dell'attuale contesto e della sua evoluzione va a individuare due diverse realtà nell'ambito delle catene virtuali: i *network*, cioè quelle insegne virtuali costituite e organizzate su iniziativa della distribuzione intermedia o di produttori, e le catene indipendenti, aggregazioni che nascono per iniziativa di gruppi di farmacie in zone geografiche circoscritte (*tabella 1*).
I *network* sono a oggi la realtà numericamente più consistente e aggregano circa 6.700 esercizi, dei quali circa la metà fanno parte delle insegne virtuali dei quattro principali distributori intermedi (*tabella 2*).
Sull'altro versante alle catene indipendenti aderiscono circa 1.600 esercizi con aggregazioni di piccola-media dimensione, che hanno l'obiettivo di proporre iniziative più flessibili e di rispondere in maniera specifica alle esigenze locali o di una nicchia di mercato. Un esempio è la rete Farma Europe (*www.farmaeurope.eu*) costituita a Pistoia da cinque farmacie con l'obiettivo di lanciare una piattaforma di *e-commerce.*

TABELLA 1.

DUE DIVERSI *BUSINESS MODEL*

NETWORK	
Spinta alla costituzione	Dall'alto verso il basso
Dimensione media	210
Obiettivo aggregazione	Economie di scala negli acquisti, nella gestione assortimento, nelle promozioni e nei servizi
Modello prevalente	*Market driven* – focalizzazione su acquisti e attività promozionale
Tipologia aggregazione	Prevalentemente generalista

CATENA INDIPENDENTE	
Spinta alla costituzione	Dal basso verso in alto
Dimensione media	38
Obiettivo aggregazione	Presidio territorio locale, organizzazione e gestione promozioni e servizi
Modello prevalente	*Service driven* – focalizzazione su servizi e consiglio professionale
Tipologia aggregazione	Generalista/specialistica

Fonte: elaborazione Net4Pharma

IL CAPITALE

Circa 400 farmacie, pari al 2 per cento del totale, sono oggi invece proprietà di società di capitali. Se si considera che al momento dell'introduzione del Ddl Concorrenza circa la metà era già stata acquisita sulla base di procedure pubbliche relative alle farmacie comunali di alcune amministrazioni locali, l'impatto dell'entrata del capitale nelle farmacie è a oggi davvero esiguo. Il fatto però che nella partita delle acquisizioni siano entrati in maniera consistente anche i fondi di investimento (*tabella 3*) con ingenti capitali da impiegare in tempi ristretti, porta a ritenere che i primi anni di apertura al capitale siano stati utilizzati per valutare più attentamente i rischi e la profittabilità delle operazioni e che le partite siano ancora tutte da giocare in presenza di capitali disponibili a essere investiti nel settore.

UN POSSIBILE SCENARIO DI PREVISIONE

I probabili cambiamenti che interesseranno il comparto della farmacia nei prossimi dieci anni sono stati stimati da Net4Pharma applicando un metodo previsionale a ciascuna tipologia di insegna virtuale e reale citate nei paragrafi precedenti, e cioè alle catene virtuali (*network* e catene indipendenti) e alle catene di proprietà.
Per quanto riguarda le farmacie indipendenti che non aderiscono ad alcuna aggregazione, è probabile che continuino a sfruttare gli *asset* consolidati e a svilupparne di nuovi. Queste farmacie "sopravvissute" saranno quelle più profittevoli e meglio gestite dai titolari, che non avranno necessità di cederne la proprietà né tantomeno di associarsi o affiliarsi rinunciando così alla propria indipendenza imprenditoriale.
Poiché gli investitori esterni al settore farmaceutico hanno l'obiettivo di garantire ritorni nel medio termine, ristrutturando quelle farmacie che presentano risultati

TABELLA 2

FARMACIE E AGGREGAZIONI

Aggregazione	Tipologia di aggregazione	Numero farmacie (stima)	% di mercato (stima)
Network	Catena virtuale	6.700	35%
Catena indipendente		1.600	8%
Catena di proprietà	Catena reale	400	2%
Farmacie indipendenti	–	10.600	55%
Totale		19.300	100%

Fonte: elaborazione Net4Pharma

TABELLA 3.

CATENE DI PROPRIETÀ: I PLAYER PRINCIPALI

Brand	Tipologia investitore e presenza geografica	Numero farmacie di proprietà	Location Farmacie
LloydsFarmacia	Distributore intermedio – Presenza globale	170	**Nord**: Lombardia, Veneto, Piemonte, Liguria, Emilia Romagna **Centro**: Toscana, Lazio
Hippocrates Holding	Fondo – Presenza nazionale	100	**Nord**: Lombardia, Veneto, Piemonte, Toscana, Friuli, Emilia Romagna
CEF La Cooperativa dei Farmacisti	Distributore intermedio – Presenza nazionale	35	**Nord**: Lombardia **Centro**: Lazio
farmacrimi Gruppo Farmacie Italiane	Fondo – Presenza nazionale	25	**Nord**: Lombardia **Centro**: Lazio
Dr.Max	Fondo – Presenza internazionale	20	**Nord**: Liguria, Lombardia, Veneto, Trentino, Emilia Romagna **Centro**: Toscana, Marche
Farmacie Apoteca Natura	Produttore – Presenza internazionale	21	**Centro**: Toscana
Boots	Distributore intermedio – Presenza globale	11	**Nord**: Lombardia **Centro-Sud**: Lazio, Sardegna
neo Apotek	Azienda su base familiare – presenza nazionale	18	**Nord**: Lombardia, Piemonte, Veneto

Fonte: elaborazione Net4Pharma da fonti pubbliche

di gestione migliorabili, in una fase iniziale dell'associazionismo sono le realtà in difficoltà finanziaria o gestionale a essere messe sul mercato e che, presumibilmente, saranno acquisite dalle catene di proprietà in ragione del maggior spazio di miglioramento.
In considerazione dell'ipotesi di differenti modelli di *business* per le tre forme di aggregazione, la previsione del canale farmacia si basa sull'osservazione della situazione attuale e sulla sua logica evoluzione, prendendo come riferimento le due variabili fondamentali:

- Numero medio di farmacie per aggregazione, che abbiamo stimato rispettivamente:
  - per i *network* 250 esercizi nel 2021, a tendere in leggero aumento nel 2030;
  - per le catene indipendenti mediamente 60-65 esercizi nel 2021, a tendere alla stabilità nel 2030;
  - per le catene di proprietà 80 esercizi nel 2021, a tendere 200 nel 2030.
- Numero di *player* per modello, che abbiamo previsto a tendere rispettivamente:
  - per i *network* in circa 30 casi;
  - per le catene indipendenti in circa 40 casi;
  - per le catene di proprietà in circa 15 casi.

Vediamo ora in dettaglio le motivazioni di queste stime, iniziando dai *network*.
Per queste realtà si assiste già oggi a una progressiva transizione da una semplice affiliazione, senza particolari obblighi da parte della farmacia, verso un contratto vincolante su una parte maggioritaria degli acquisti. In questo senso, è probabile che i *network* di ogni distributore si manterranno su circa 250 farmacie aderenti, e che in questo novero si conteranno circa 30 grandi intermediari del commercio farmaceutico. Potranno sopravvivere anche distributori intermedi più piccoli che serviranno principalmente le farmacie indipendenti, qui stimate come differenza tra l'universo proiettato e il complesso dei

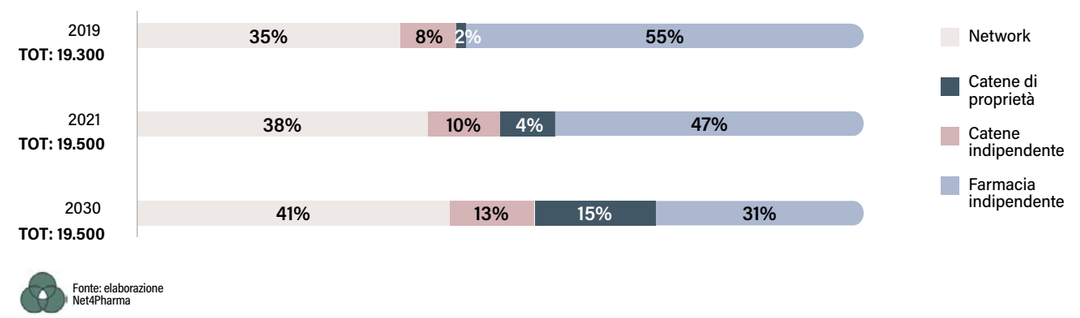
Per i network si assiste già oggi a una progressiva transizione da una semplice affiliazione, senza particolari obblighi da parte della farmacia, verso un contratto vincolante su una parte maggioritaria degli acquisti

punti di vendita raccolti dalle aggregazioni.

Passando alle catene indipendenti, questo *format* di rete è naturalmente destinato a saturare a circa 60-65 farmacie e si stima che se ne consolideranno circa 40 nel mercato. L'analogia più prossima è quella delle Unioni Volontarie della distribuzione alimentare, come per esempio A&O Selex. La sfida dell'aggregazione per questo *format* è sicuramente la più dura da vincere, perché presuppone:
- la formazione "interna" al settore delle figure manageriali che guideranno le scelte strategiche;
- il rigore e la costanza nel re-investimento in *asset* comuni dei maggiori margini derivanti da un'aumentata capacità competitiva;
- la coesione e la partecipazione attiva dei titolari aderenti al progetto comune, evitando le spinte centrifughe tipiche di una classe imprenditoriale orgogliosa e autonoma come quella dei farmacisti.

GRAFICO 1.

COME EVOLVERÀ IL CANALE IN DIECI ANNI?



Fonte: elaborazione Net4Pharma

Infine, le catene di proprietà rappresentano il *format* che più degli altri cambierà pelle nei prossimi anni rispetto alla situazione attuale. Oggi siamo in presenza di realtà molto diverse tra loro, perché alcune sono già consolidate in reti pregresse, come quelle delle farmacie comunali, mentre la maggior parte dei *player* sta progressivamente acquisendo punti di vendita sul territorio. La previsione di fatto considera che saranno a tendere solo i "*top* 10" a contendersi il mercato, anche se non è necessariamente scritto che rimarranno le società che oggi già operano o che non si aggiungeranno altre catene di dimensione minore. Per le catene "*top* 10" le efficienze gestionali saranno massime solo disponendo di reti capillari di punti di vendita, a tendere nell'ordine medio stimato di 150-200.
Le catene di proprietà stanno per ora procedendo per "blocchi" progressivi di acquisizioni a seguito del consolidamento del capitale di investimento e di valutazioni sui rischi inerenti tali operazioni.
In questi primi anni dall'introduzione del Ddl Concorrenza le acquisizioni si sono concentrate prevalentemente nelle aree più ricche del Paese, ignorando aree che pure potrebbero offrire interessanti sacche di potenziale inespresso. Tuttavia una più accurata selezione delle aree geografiche e delle farmacie da acquisire diventerà indispensabile al momento di fare il salto quantitativo (dalle decine alle centinaia) per mantenere le promesse di crescita

Se è vero che al momento attuale le catene di proprietà hanno un peso irrisorio nel mercato delle farmacie, l'attesa è che in circa dieci anni gli esercizi acquisiti ammontino a circa il 15 per cento

finanziaria fatte agli investitori.
A completamento dell'intero universo delle farmacie territoriali si stima che tra dieci anni rimarranno circa 6.000 indipendenti – ma eccellenti – di proprietà di 4.000 titolari, quindi con un numero medio di circa 1,5 esercizi per titolare.

IL FUTURO CHE SI INTRAVEDE

In conclusione se è vero che al momento attuale le catene di proprietà hanno un peso irrisorio nel mercato delle farmacie, l'attesa è che in circa dieci anni gli esercizi acquisiti ammontino a circa il 15 per cento (*grafico 1*).

Questa avanzata del capitale nell'ultimo tratto della filiera farmaceutica porterà a un'accelerazione nel recupero di efficienza e di competitività da parte delle aggregazioni di farmacie e degli esercizi ancora indipendenti. Come conseguenza è probabile che i *network* rimangano stabili in termini di numero ma che segnino un incremento in farmacie aderenti: i *network* consolideranno soprattutto le proprie organizzazioni e le proprie capacità di acquisto acquisendone la delega da un più alto numero di farmacisti aderenti. La spinta all'aggregazione generata dalla maggior presenza delle catene di proprietà si rifletterà anche sulle catene indipendenti, che si stima possano acquisire una presenza pari al 13 per cento del mercato. Tali aggregazioni risponderanno all'esigenza di organizzare reti "dal basso" per migliorare la competitività e offrire un miglior servizio in specifiche aree territoriali o nicchie di mercato.
In questo contesto resta comunque nelle mani dei farmacisti, aggregati o indipendenti, la responsabilità di un salto di qualità per traghettare la professione (mai come oggi evidentemente centrale per il Sistema sanitario) verso livelli di servizio sempre più maturi e capacità gestionali fondate sulle evidenze. ■

La bellezza si conferma valore

© SvitlanaWakula/shutterstock.com

Nonostante le incertezze dello scenario mondiale e nazionale, le rilevazioni congiunturali del Centro Studi di Cosmetica Italia confermano la tenuta del settore. Buoni i risultati per la farmacia, terzo canale di vendita dopo la profumeria

di Mariasandra Aicardi, *farmacista*

«La cosmetica fa bene al Paese per il suo valore economico e scientifico», annuncia Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia, prima di illustrare alla stampa i dati preconsuntivi 2019 e le previsioni relative al primo semestre 2020, frutto delle rilevazioni congiunturali del Centro Studi. Nella sua relazione il quadro macroeconomico ha la precedenza, con uno sguardo alle nuove economie in crescita e l'attenzione alla Brexit, che forse nel tempo porterà a un'accelerazione. È indubbio l'impatto negativo sui mercati dovuto all'epidemia di Coronavirus, che si riflette anche sull'industria cosmetica.

Ma, nonostante lo scenario economico si presenti instabile, la rilevazione congiunturale del Centro Studi conferma la tenuta del settore, con gli operatori che rimangono fiduciosi. Non per nulla il fatturato globale dell'industria cosmetica è sul podio al terzo posto in Italia, con 11,9 miliardi di euro, dopo il vino e la moda, mentre supera, per i valori del saldo commerciale, la pasta e gli occhiali. Le stime di chiusura 2019 segnalano una crescita del 2,3 per cento con le esportazioni in crescita, per un valore di 5 miliardi di euro (+2,9 per cento rispetto al 2018). Questo dimostra che il cosmetico che esportiamo, il 42 per cento di quello che produciamo, rappresenta egregiamente il nostro Paese all'estero, dove va fortissimo il marchio *Made in Italy*, al terzo posto dopo Coca Cola e Visa.

LA SITUAZIONE IN ITALIA

Se l'*export* va benone, il mercato interno mostra una scarsa propensione al consumo. Ci sono comparti che sono cresciuti fino a oggi con un'accelerazione importante, come i terzisti e i produttori di *make-up*, per i quali però è già in atto un rallentamento. In quanto ai nostri concorrenti distributori, la profumeria cresce del 2 per cento, ma la spiegazione è l'aumento dei prezzi. Il suo fatturato è di 2.050 milioni di euro e si conferma al secondo posto dopo la Gdo, con il 20 per cento del totale. La "specializzazione" della profumeria è nell'alcolico e nel *make-up*, con una concentrazione di fatturato nelle mani delle catene organizzate nazionali e regionali. Allo stesso tempo, crescono gli affari delle piccole realtà distributive che hanno saputo evidenziare i concetti di nicchia ed esclusività, mentre stentano, con un'emorragia di clientela, le profumerie tradizionali e di vicinato. L'erboristeria, che ha un mercato di 450 milioni, segna invece un rallentamento. I motivi sono più di uno: i prodotti naturali ormai sono venduti un po' dappertutto, e valgono 1.100 milioni, come ha dimostrato un recente analisi del Centro Studi di Cosmetica Italia. I grandi marchi del settore, inoltre, stanno rimodulando le strategie di distribuzione e posizionamento con la creazione di negozi monomarca e *corner* specializzati, con conseguenti cali di accessi e vendite nelle erboristerie tradizionali. Anche i centri estetici, che muovono 240 milioni in cosmetici professionali, confermano la tenuta grazie alla rivisitazione dell'offerta nei saloni, con l'aggiunta di nuove forme di servizio.
La Grande distribuzione aumenta il fatturato di mezzo punto, raggiungendo i 4.160 milioni di euro e rappresentando oltre il 40 per cento delle vendite di cosmetici in Italia. Qui, mentre calano gli affari nelle grandi superfici, supermercati e ipermercati, aumentano del 4 per cento le vendite negli spazi specializzati, i "casa e toilette" strategicamente posizionati anche nei centri storici delle città. In questi negozi, l'offerta è sempre caratterizzata da una particolare attenzione al prezzo, alle promozioni, alla scelta dei *brand* e all'innovazione dei prodotti. Tutto ciò per accontentare consumatori sempre più esigenti e alla ricerca di sicurezza e affidabilità. Vale invece 480 milioni il mercato delle vendite porta a porta, ma sta rallentando, perché sostituito da nuove forme di acquisto diretto. Cresce invece del 3,5 per cento il fatturato dei produttori di cosmetici in conto terzi, che raggiunge i 1.500 milioni e vede il suo successo soprattutto nell'esportazione, che rappresenta l'80 per cento.

TRIONFA ANCORA L'E-COMMERCE

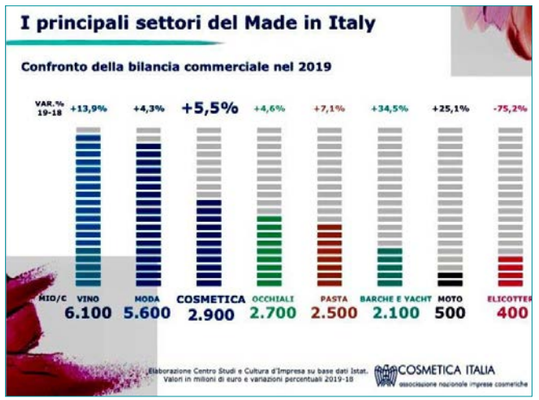
Tra tutti i sistemi distributivi, il vero vincitore è l'*e-commerce*, con una crescita del 22 per cento – che sembra inarrestabile – e un fatturato che raggiunge i 470 milioni, con gli investimenti in comunicazione digitale da parte dell'industria cosmetica aumentati del 64,6 per cento. Ma nell'analisi dei dati relativi agli acquisti *on line*, bisogna tenere conto che questo mercato è dominato dalle piattaforme internazionali, perciò è difficile calcolarne l'esatta entità.
L'*e-commerce* continuerà la sua corsa poiché piace ai consumatori, è fidelizzante. Infatti, l'utente che naviga sui *marketplace* e scruta gli scaffali virtuali è riconosciuto dalle piattaforme di vendita che declinano le promozioni *ad personam*. Proprio come avveniva nei piccoli negozi al dettaglio, e tuttora succede in farmacia: il cliente è riconosciuto e il consiglio verte sullo storico degli acquisti. Chiaramente lo scenario è molto più complesso, sia in termini di competitività, che di strumenti a supporto delle vendite, ed è per questo che il cliente "omnicanale" esplora sia i negozi virtuali che quelli fisici, *on line* e *off line*, senza privilegiare un canale, purché venga riconosciuto come persona e l'offerta sia declinata in base alle sue esigenze.

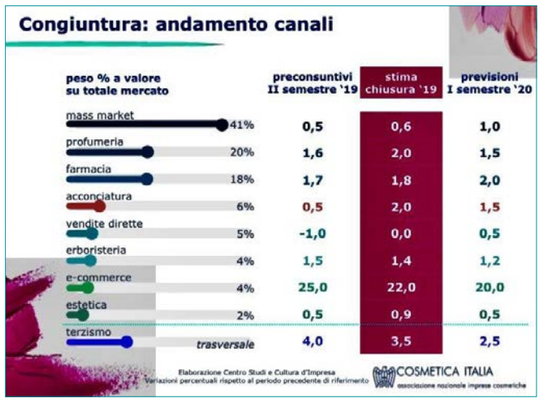
BENE LA FARMACIA

Ma veniamo a noi. L'anno scorso, in farmacia, il giro d'affari dei cosmetici ha raggiunto i 1.900 milioni, con un incremento del 1,8 per cento rispetto al 2018 e le previsioni indicano un'ulteriore crescita del 2 per cento per il 2020. Questi numeri dimostrano la stabilità del mercato, passate le psicosi relative al decreto concorrenza che l'avevano leggermente turbato, e confermano la fiducia dei consumatori nei confronti del settore, grazie alla capacità di rispondere puntualmente alle loro esigenze, che negli anni sono mutate ed evolute.
Questo successo conferma il valore della formazione degli addetti, cui consegue una maggiore professionalità del consiglio, e conferma l'importanza di una scelta oculata dell'assortimento e dell'offerta di servizi accessori. Se oggi i consumatori fanno sempre più ricerche prima di acquistare un prodotto, il ruolo dell'esperto con cui confrontarsi direttamente è fondamentale, ma non se questo è inteso come divulgatore o *influencer* su larga scala, che ormai viene messo in discussione, mentre invece aumenta la fiducia nel *brand*. Vanno accontentate le nuove generazioni di consumatori: la "generazione zeta", che comprende i nati dopo il 1995, e i *millennials*, nati nel periodo 1980-1995, che hanno gusti diversi in fatto di cosmetici. I più giovani, attentissimi all'ambiente, prestano maggiore attenzione all'igiene e agli ingredienti "sicuri", i *millennials* scelgono prodotti salutistici e sono molto attenti alle recensioni e ai *forum*.

UN OCCHIO DI RIGUARDO AGLI "OVER"

Un altro fattore da considerare a vantaggio del mercato farmacia è che l'Italia si caratterizza per una popolazione mediamente molto longeva, 83 anni, 11 anni in più dell'aspettativa di vita media nel resto del mondo e con una quota di *over* 65 tra le più alte al mondo, il 22,8 per cento del totale. Infatti, l'indice di vecchiaia ha toccato nel 2018 il massimo storico per un livello pari a 173,1: ogni 100 giovani ci sono 173 anziani (erano 130 nel 2000) e ogni tre persone attive una è *over* 65. Questo valore è il più elevato in Europa (31 per cento) e il secondo al mondo dopo il Giappone (46 per cento). «L'industria cosmetica ha colto questi dati demografici come un'opportunità – afferma Gian Andrea Positano, direttore del Centro Studi di Cosmetica Italia – declinando l'offerta dei prodotti per la cura della pelle oltre le semplici segmentazioni per fasce di età, grazie alla proposta di cosmetici che non solo contrastano l'invecchiamento cutaneo ma, anzi, sono pensati per prevenire l'invecchiamento della pelle di un pubblico giovane, optando per un'offerta trasversale che, non solo risponde, ma anticipa specifiche esigenze di consumo». ■





AZIENDA

Un'impresa dall'animo solare

Ha un nome che racconta da solo la sua filosofia: Hélios e Animus sono l'ispirazione del marchio Helan, che ha fatto dell'armonia con ambiente e mondo animale una missione per la propria produzione cosmetica

di Claudio Buono

Affrontare la sfida del "naturale" in anni di sfrenata rincorsa al modernismo: può essere riassunta così la storia di Helan, azienda italiana specializzata nella produzione di cosmetici naturali.
Nel 1976, in piena controtendenza con lo stile di vita di allora, Helan si pone fin da subito come obiettivo quello di realizzare cosmetici in armonia con la fisiologia cutanea, la natura, l'ambiente e il mondo animale. Con vero spirito pionieristico e cura artigianale, la giovane farmacista Elisa Bottini Massa, all'epoca docente di Chimica dei prodotti cosmetici all'università di Genova, affiancata dal marito Enzo Moncalvo, dà vita alle prime linee cosmetiche. Oggi, a distanza di più di quarant'anni, Helan è più che mai attiva nel proporre sempre nuove referenze adatte a tutte le necessità. Malva Moncalvo, *manager* di Helan Cosmesi di Laboratorio Srl, ci introduce alla scoperta di una realtà che ha pochi eguali, per esperienza e cura, nel mercato del cosmetico *green*.

MALVA MONCALVO

Una curiosità, tanto per cominciare: qual è l'origine del nome Helan?
È l'acronimo delle parole *Hélios* e *Animus*. Una scelta dettata dal fatto che volevamo comunicare la trasparenza con cui formuliamo i nostri prodotti, abbinata all'energia della natura e del sole.

Oggi, come seconda generazione, vi trovate a portare avanti quei valori che vi sono stati trasmessi dai vostri genitori, fondatori dell'azienda. Quali sono i pro e i contro di tale eredità?
Come seconda generazione ci riteniamo fortunati e, se mi permette, anche molto orgogliosi di poterci confrontare con un mondo che è più sensibile al naturale e in particolar modo al biologico. Fare un cosmetico naturale oggi è più facile, perché fortunatamente anche l'industria della materia prima si è molto evoluta. Va detto però che attualmente ci troviamo a dover fronteggiare una concorrenza agguerrita, soprattutto da parte della Grande distribuzione. In più, le ultime normative anziché stringere le maglie per la definizione dei prodotti *green* le hanno allargate. Consentendo l'accesso al mercato di cosmetici naturali magari più allettanti dal punto di vista del prezzo, ma di livello qualitativo certamente inferiore al nostro.

Quali strategie avete adottato per rispondere a questa situazione?
Oltre a mantenere inalterato il nostro *standard* qualitativo, abbiamo cercato di rendere ancora più chiara la comunicazione del prodotto, tenuto conto anche dell'elevato rapporto di trasparenza che da sempre manteniamo con i nostri interlocutori, farmacie in testa. Quindi, se fino a ieri riportavamo solo all'interno della confezione tutta una serie di indicazioni utili per aiutare l'acquirente a interpretare l'Inci, oggi facciamo in modo che questi dati siano fruibili anche dall'esterno, in un'ottica responsabile di consumo informato.

A quanto pare il farmacista ha un ruolo preponderante nel far capire agli utenti che cos'è un cosmetico naturale di livello...
Sì, perché è una figura qualificata e poi perché pensiamo, senza presunzione, di potergli fornire alcuni spunti interessanti per identificare meglio lo spirito del proprio esercizio. D'altronde preferiamo puntare in prima istanza su un canale di vendita come la farmacia proprio perché non è il luogo dell'improvvisazione. Per questo ci occupiamo anche del *sell out*, organizzando delle giornate informative gestite da personale formato direttamente nella nostra azienda, così da mettere il farmacista o l'addetta alla cosmesi in condizione di conoscere nel dettaglio le peculiarità dei nostri prodotti e di renderne poi partecipe anche il potenziale acquirente. E, com'è noto, un cliente soddisfatto è un cliente che ritorna.

Torniamo ai vostri prodotti: che cosa li caratterizza, anche sul piano della sicurezza d'impiego?
Direi senz'altro la qualità. Il fatto di aver rinunciato, fin da subito, a tutta una serie di ingredienti come quelli di origine animale, Ogm, siliconi, petrolati, parabeni, Peg, lanoline, oli minerali, tensioattivi sintetici e coloranti, a favore di oli, burri ed estratti secchi vegetali, mieli, essenze e acque aromatiche. Questo ci ha permesso di produrre linee cosmetiche capaci di donare benessere e bellezza in virtù della loro ricchezza di principi attivi e della loro altissima affinità cutanea. Aggiungo che, a ulteriore garanzia di sicurezza dei nostri prodotti, li sottoponiamo a test dermatologici per escludere il rischio di allergie ai metalli pesanti. In tutto il nostro processo adottiamo sia la certificazione per la qualità ISO 9001 sia la 14001 per la gestione dell'ambiente (tra l'altro siamo stati la prima industria cosmetica italiana a ottenerle contestualmente) e lo scorso anno la nostra azienda è stata valutata conforme anche alla ISO 22716, che fissa le linee guida per le pratiche di buona fabbricazione per i prodotti cosmetici. Per quanto riguarda le materie prime, cerchiamo di prediligere quelle provenienti dal bacino del Mediterraneo. Quando ciò non è possibile, attraverso il nostro progetto Cosm-Etico, selezioniamo piccoli fornitori locali, generalmente cooperative formate da donne, anche per sostenere lo sviluppo economico di queste popolazioni.

Per quanto riguarda il *packaging*, adottate allo stesso modo una politica *ecofriendly*?
Sì, certo. Ritengo che oggi sia molto importante contestualizzare il prodotto cosmetico naturale in un ambito di produzione industriale rispettosa anche dell'ambiente, oltre che dell'uomo e degli animali. Ecco perché le nostre confezioni sono *green*: utilizziamo carta e cartone provenienti da foreste protette e da una filiera di approvvigionamento gestita in maniera responsabile, oltre a materiali ecologici, riciclati e riciclabili, come vetro, alluminio, bioplastiche.

Qualche dato, ora, per inquadrare meglio la vostra attività: quanti prodotti avete a catalogo? Quante persone lavorano in azienda? In quanti Paesi esteri siete operativi? Qual è il vostro volume d'affari?
Abbiamo circa 600 referenze che soddisfano tutte le esigenze della donna (viso, *make up*, corpo, capelli, solari) e dell'uomo (con i prodotti specifici per la rasatura), ma anche di bimbi e mamme. Non mancano, poi, le fragranze per gli ambienti. Per quanto riguarda il personale, nella nuova sede di 7.000 mq di Casella, nell'entroterra ligure, dove ci siamo trasferiti nel 2016 e dove abbiamo potuto unire, in un unico stabilimento, sia la parte di produzione e confezionamento sia la logistica, operano una cinquantina di dipendenti, tra tecnici, impiegati e operai. L'attività di *export* ci vede impegnati in una quarantina di Paesi, soprattutto del medio ed estremo oriente, mentre il nostro fatturato annuo ammonta a circa 10 milioni di euro.

Per finire, che vantaggi comporta, anche sul piano della ricerca, disporre di un laboratorio interno?
È il nostro fiore all'occhiello. Un luogo dove è impiegato il 10 per cento del personale e dove svolgiamo un'intensa attività di ricerca e sviluppo, avvalendoci di apparecchiature tecnologicamente avanzate. Solo nel 2019, oltre allo sviluppo di nuovi prodotti e revisioni di quelli a listino, abbiamo ideato ben 370 formule. A tutto ciò si aggiunge la parte relativa al controllo qualità, che prevede le analisi sulle materie prime in ingresso, sul semilavorato e sul prodotto finito, consentendo così un costante monitoraggio della filiera. Recentemente, poi, un evento legato all'emergenza sanitaria da Coronavirus ci ha fatto apprezzare ulteriormente l'importanza di poter contare, in qualsiasi momento, sull'efficienza di un laboratorio interno. Partendo da una richiesta urgente di gel igienizzante per la propria clientela da parte di un farmacista della nostra zona, abbiamo prontamente organizzato la produzione di questo presidio, che da oggi entra a far parte a tutti gli effetti del nostro catalogo. ■

Chi va e chi viene

NUOVO PATIENT ACCESS HEAD IN NOVARTIS FARMA ITALIA

Giuseppe Pompilio è il nuovo *Patient access head* di Novartis Farma Italia. In questo ruolo ha la responsabilità di indirizzare e coordinare le attività dell'azienda relative al *market access* e ai rapporti con le istituzioni sanitarie, nazionali e regionali. Pompilio è entrato in Novartis nel 2015, in qualità di responsabile della *franchise Ophthalmology* e recentemente, *ad interim*, anche della *franchise Immunology, Hepatology&Dermatology*, aree terapeutiche nelle quali Novartis ha consolidato la sua *leadership*, grazie al lancio di prodotti e servizi innovativi. Precedentemente Pompilio aveva lavorato in Janssen-Cilag, Wyeth e Pfizer, maturando una solida esperienza nel mondo farmaceutico, sia nel *business* sia nel *market access*. *www.novartis.com*

NUOVE NOMINE IN ANGELINI PHARMA

Novità al vertice di Angelini Pharma: **Roberto Lombardo** (sopra) entra nel nuovo ruolo di *Pharma Chief human resources & organization officer*, mentre **Silvestro Camerini** (sotto), già *Pharma business control director*, viene nominato *Pharma Chief financial officer*. Entrambi riportano al ceo Pierluigi Antonelli e faranno parte del *Leadership team*, il comitato esecutivo di Angelini Pharma. «Sono felice in maniera diversa per queste due nomine», ha dichiarato Pierluigi Antonelli. «Da un lato l'ingresso di Roberto, con la sua profonda esperienza internazionale, ci aiuterà a perseguire uno dei nostri obiettivi strategici: essere un'azienda ambita in cui voler lavorare sia per i nostri collaboratori sia per talenti esterni. La nomina di Silvestro mi rende particolarmente orgoglioso perché riflette l'attenzione alla crescita interna, ugualmente importante. Sono certo che il giusto *mix* tra talenti interni ed esterni sia la chiave del futuro successo di Angelini Pharma». *www.angelinipharma.com*

ALESSANDRA FAVILLI È DIRETTORE RELAZIONI ESTERNE E ISTITUZIONALI DI ANGELINI HOLDING

È iniziato lo scorso marzo, con l'incarico di *External and Institutional Relations Director*, il percorso di Alessandra Favilli in Angelini Holding. La funzione di relazioni esterne e istituzionali è nuova nella *holding* ed è stata istituita nell'ambito di un progetto di riorganizzazione della struttura del gruppo, che controlla Angelini Pharma, Bertani Domains, Fater e Fameccanica, quest'ultime *joint venture* paritetiche con Procter & Gamble. Alessandra Favillli, che riporterà direttamente al ceo di Angelini Holding, nonostante un percorso universitario scientifico, ha lavorato nell'ambito del giornalismo, della pubblicità e delle relazioni pubbliche. Nel 2003 è entrata nel gruppo Publicis, prima come vicepresidente di MS&L e poi come *director* in Publicis Consultant. Tra il 2006 e il 2007 ha organizzato la funzione di comunicazione internazionale in Magneti Marelli Holding, nel 2008 è entrata in Hill+Knowlton Strategies come *Corporate communication director* e ne è diventata Ceo nel 2015. È inoltre vicepresidente di Azione contro la fame, Ong internazionale con sedi in Europa e in America. *www.angeliniholding.com*

Successo strategico e operativo per Bayer

La relazione di Werner Baumann, ceo di Bayer AG, conferma il momento positivo del gruppo. Tra i punti salienti della relazione, presentata a fine febbraio, la crescita del fatturato del 3,5 per cento (rettificato per *portfolio* e tasso di cambio) a quota 43.545 miliardi di euro e l'Ebitda *ante* operazioni straordinarie in crescita del 28,3 per cento a quota 11.503 miliardi di euro. L'utile per azione *core* è in rialzo del 14,3 per cento a 6,40 euro, mentre l'utile netto registra un incremento del 141,4 per cento, fino a raggiungere 4.091 miliardi di euro. Crop Science dimostra solide *performance* in un contesto complesso e Pharmaceuticals segna un incoraggiante sviluppo di *business*, mentre crescono le vendite di Consumer Health, con utili in linea rispetto agli anni precedenti, nonostante i disinvestimenti. Sul *portfolio* esistente, le misure strutturali e di efficienza sono state implementate con successo. Per il 2020 si prevedono un incremento di vendite utili e flusso di cassa netto. Sono stati inoltre fissati ambiziosi obiettivi di sostenibilità. *www.bayer.it*

Perché nessuno resti escluso

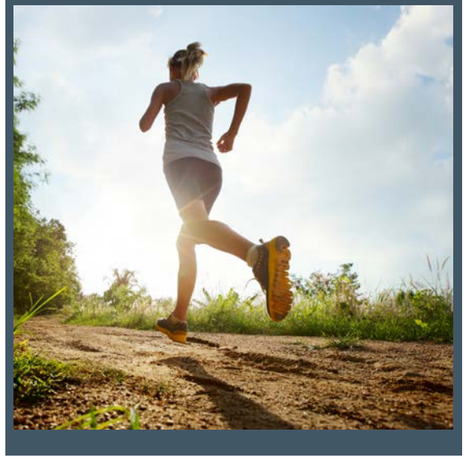
Assogenerici, in collaborazione con Cittadinanzattiva, ha lanciato la campagna *social* "Perché nessuno resti escluso", con l'obiettivo di fornire a tutte le comunità presenti nel nostro Paese informazioni in lingua madre su come evitare comportamenti pericolosi e quindi contribuire a fermare la diffusione del Coronavirus. La campagna consiste in un video in 11 lingue – inglese, francese, spagnolo, portoghese (brasiliano), rumeno, arabo, russo, filippino, punjabi (India e Pakistan), hindi (India), bengalese – accompagnati dalla frase: "Restiamo a casa, facciamo la nostra parte". I video riassumono le indicazioni essenziali diffuse in questi giorni su come difendersi dall'epidemia: dal lavaggio delle mani alla distanza di sicurezza, ai numeri d'emergenza da chiamare in caso di necessità. La campagna, contrassegnata dagli *hashtag* #iorestoacasa #stopcovid19, proseguirà almeno fino a fine aprile e vede coinvolte prevalentemente le piattaforme Facebook e Twitter. *www.assogenerici.it*

L'Italia nel tempo sospeso: l'indagine di TradeLab

In questo momento di emergenza, l'attenzione collettiva è concentrata, da un lato, sull'impatto dell'epidemia sulle persone e sulla loro salute e, dall'altro, sulla valutazione degli effetti economici futuri. Quel che è certo è che nulla sarà più come prima. Per questo motivo TradeLab ha commissionato a Metrica Ricerche un'indagine per rilevare come si stanno modificando i comportamenti individuali e sociali degli italiani e individuare nuovi assi per lo sviluppo delle imprese e nuove linee di indirizzo per le future politiche sociali ed economiche. L'indagine è stata realizzata via *web* su un campione di 1.000 cittadini compresi tra 18 e 65 anni ed è stata condotta tra il 7 marzo e il 9 marzo 2020 quando l'emergenza sanitaria era già entrata nella fase acuta. Ne emerge una forte preoccupazione sul piano economico, soprattutto per quello che riguarda il sistema generale del Paese (77 per cento) leggermente meno a livello personale (51 per cento). Emerge quindi l'importanza della comunicazione e del ruolo che hanno istituzioni e *media* in questo ambito, in particolare per limitare la diffusione di *fake news*. Gli italiani si sono divisi quasi equamente tra chi ha apprezzato la comunicazione delle istituzioni e chi invece no. Non altrettanto si può dire dei *media*, sui quali il giudizio dei cittadini è risultato fortemente negativo. Il 55 per cento afferma di aver compreso meglio l'importanza dell'autodisciplina e di senso di responsabilità dei *media*. Ma cosa cambierà passata l'emergenza? Il primo luogo si rileva come questa esperienza abbia riportato la salute e l'organizzazione dei servizi sanitari in una posizione primaria nel sistema di valori degli italiani. Quasi il 60 per cento del campione ha fortemente aumentato la propria consapevolezza circa il valore del Servizio sanitario nazionale, esprimendo l'attesa di maggiori investimenti in strutture, risorse e organizzazione; sistema verso il quale il 41 per cento dichiara che si rivolgerà in futuro con crescente fiducia. Allo stesso tempo si palesa la richiesta di una maggiore diffusione dei servizi sanitari attraverso l'attesa di un ruolo maggiore a livello territoriale da parte delle farmacie. Inoltre questo brutto periodo lascerà in eredità un aumento del senso di responsabilità sociale degli italiani (il 52 per cento è fortemente d'accordo). Allo stesso modo e nelle stesse dimensioni crescerà il sentimento di solidarietà. Questa situazione sta forzando il Paese a percorrere più velocemente la strada della modernizzazione, a partire dal sistema scolastico e universitario. Il 57 per cento del campione si dichiara fortemente disponibile a utilizzare maggiormente i servizi digitali, sia come cittadino sia per lavoro. Il 46 per cento è infatti favorevole allo *smart working*. Infine, emerge la consapevolezza che la rinascita socio-economica del Paese potrà avvenire solo "insieme e dal basso" avendo come protagonisti non solo i principali attori di livello nazionale, come governo, grandi imprese, grandi banche, ma anche i soggetti del tessuto economico-sociale a livello locale (medie imprese, associazioni territoriali di categoria). Da ciò risulta evidente la necessità di sviluppare capacità di indirizzo e di coordinamento di tutte le forze sociali ed economiche. Per visionare il *report* dell'indagine: *http://tradelab.it/italia-nel-tempo-sospeso*

Atleti si nasce

Uno studio su *The New England Journal of Medicine*, coordinato da Federico Formenti del King's College di Londra insieme a Fulvio Della Ragione dell'università di Napoli Luigi Vanvitelli, ha portato alla scoperta di un gene (Vhl) che potrebbe giocare un ruolo chiave nel successo nello sport. Se difettoso, ovvero se presenta una mutazione, tale gene risulta deleterio a fini della *perfomance* sportiva. Lo studio è partito dal caso di un paziente pediatrico che presentava scarsa resistenza allo sforzo, difetti alle "centraline elettriche" della cellule (i mitocondri) ed eccesso di globuli rossi nel sangue. Nel suo Dna è stata scoperta una mutazione a carico del gene Vhl che riduce la quantità di proteina omonima nel paziente, innescando una serie di conseguenze per il metabolismo energetico. Vhl è una proteina chiave per la regolazione dell'equilibrio dell'ossigeno nelle cellule, che agisce direttamente sul cosiddetto "fattore inducibile dall'ipossia", che si attiva per sopravvivere in condizioni di scarso ossigeno, come per esempio, in alta quota. Questo studio potrebbe portare alla scoperta delle basi biologiche della resistenza allo sforzo e alla fatica, anche negli allenamenti in quota. Inoltre, la caratterizzazione di questa nuova condizione clinica consentirà una diagnosi precisa e terapie idonee per i bambini con alterazioni ematologiche, endocrinologiche e metaboliche.



© Dudarev Mikhail/shutterstock.com

Arkopharma
LABORATOIRES
L'intelligenza della natura per la tua salute.

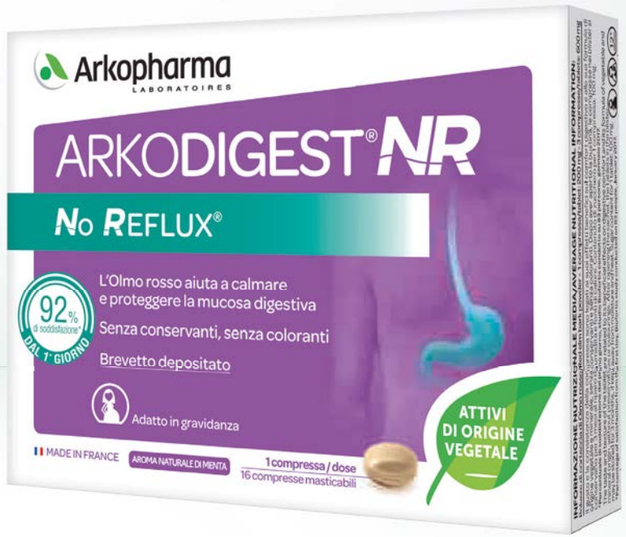
DA MAGGIO NELLE MIGLIORI FARMACIE D'ITALIA

CON NOREFLUX
SOLLIEVO IMMEDIATO
E PROTEZIONE NATURALE
DELLA MUCOSA DIGESTIVA*

*grazie all'Olmo rosso

100%
DI ORIGINE VEGETALE
E MINERALE

92%
DI SODDISFAZIONE
DAL 1° GIORNO**



INDICATO PER LE DONNE IN
GRAVIDANZA E ALLATTAMENTO

**ARKOPHARMA
LABORATORI FARMACEUTICI DI MEDICINA NATURALE.**

**test di utilizzo 2017

Disponibile in farmacia e parafarmacia.

per saperne di più www.arkopharma.it

PER LA TUA SALUTE, PRATICA UN'ATTIVITÀ FISICA REGOLARE.

Storie

La vostre decisioni in farmacia,
idee, soluzioni,
iniziative, racconti

36. IL RACCONTO
La bellezza della vecchiaia

© mickyso/shutterstock.com

La bellezza della vecchiaia

L'anzianità, non solo umana ma anche "aziendale", porta con sé l'esperienza e la storia, che servono per non ripercorrere sentieri già visti e per progettare il futuro

di Franco Falorni, *commercialista (Pisa)*

Questa mattina percorrendo in auto una strada di campagna, con ai lati terreni in attesa di svegliarsi, ho scorto un albero con rami scuri e spogliati. Sono sceso e ho preso un viottolo per raggiungere quell'albero che cercava di coprire la sua timidezza con un velo di nebbia calato d'un tratto. Era un'immagine bella che sembrava dipinta sulla parete chiara della casa contadina proprietaria di quell'area di vita passata. A trenta passi di distanza ho visto un frutto, un unico frutto che macchiava di rosso la trina di rami. Avvicinandomi ancora, e ancora... tanto da toccarlo, ho riconosciuto l'albero e il suo ultimo frutto: era un cachi.
Mi sono messo sotto quell'albero nudo e guardando l'unico frutto rosso rimasto ho esitato a coglierlo pensando che, forse, un giovane passando da lì avrebbe potuto saziarsi della polpa dolce contenuta in una buccia un po' rugosa e con qualche crepa. Da questa immagine impressa sulla mia retina inizia la riflessione sulla bellezza della vecchiaia e sull'importanza di saperla vivere e... cogliere. La vecchiaia è un movimento musicale, una fase di vita umana, aziendale, culturale, politica, sociale. È un momento di racconto, di riflessione, di ringraziamento e di dono.
Con il duemilaventi, a un pelo dai settant'anni, è iniziata la muta della mia pelle che da anziana prenderà i colori preziosi della vecchiaia. È pur vero che le statistiche sulla vita media maschile mi indicano un tratto di strada da vivere, con la nuova pelle, ancora lungo (se misurato con il tempo previsto dai mutui bancari), ma è bene prepararsi, è bene iniziare un allenamento utile a raccogliere le cose belle prodotte durante le mute precedenti; raccoglierle per metterle a disposizione di altri, per far capire la normalità dell'alternarsi delle stagioni e dei cicli economici. Per tranquillizzare, anche. Sappiamo che dopo tre giorni di libeccio il mare si distende e che dopo momenti di bisticci e incomprensioni familiari o lavorativi è possibile ritrovare intesa e buonumore. La vecchiaia è bella perché ti fa rivedere alla moviola fatti accaduti, magari violenti e sgradevoli, con una lente, una mente e un cuore diversi. La vecchiaia è bella perché semplifica, arriva subito alla radice mettendo a fuoco il motivo vero da affrontare e risolvere. La vecchiaia è bella e non può aspettare le soluzioni giocando con aggettivi, avverbi, eufemismi, parafrasi e giochi di prestigio. La vecchiaia è bella perché ti dice, guardandoti dritto negli occhi: dai retta... fai così; non è una cosa grave, dai... prova, ce la farai sicuramente; non ti arrabbiare perché dopo dovrai ritrovare la calma e scoprirai che sei stato male e hai perso tempo inutilmente; dammi retta, ci sono passato anch'io... fidati!
La bellezza della vecchiaia me la sono immaginata in quel frutto rosso e pieno attaccato al ramo dell'albero di cachi. Un frutto maturo, pronto a essere colto e mangiato senza aspettare troppo tempo, perché sulla sua buccia sono già presenti leggeri strappi e rughe.
Ma chi può interessarsi di quell'unico frutto maturo isolato nell'aperta campagna? Forse nessuno. Quel frutto oramai vecchio avrà come epilogo lo scontro con la terra e la sua inutile decomposizione. Ma se l'albero e il frutto fossero stati in un giardino di una casa vicino alla città e visibili ai passanti... quel frutto dolce e grinzoso sarebbe stato colto? Chissà... Di solito la vecchiaia si mette da parte, a volte si deride o si nasconde.
Ma che sbaglio sarebbe assumere questo comportamento! Basti vedere il profilo di tre vecchi come Mario Carraro, Papa Francesco, Giuseppe Cervone.

Mario Carraro, imprenditore.
Sul *Corriere della Sera* ho letto un'intervista a Mario Carraro, decano degli imprenditori del Nord Est e *leader* mondiale della produzione di trattori. Un novantenne che cammina con l'iPad in mano trattandolo come un amico utile; si nutre di letteratura, cinema e musica sfruttando ogni sistema tecnologico (come Kindle) e ogni giorno apre la mazzetta digitale dei quotidiani utilizzando Instapaper. Parla di 5G e di intelligenza artificiale, segue e appoggia il movimento delle sardine. Ai giovani dà un consiglio: «Informatevi più che potete e abbiate sempre l'umiltà di ascoltare per prendere il meglio da tutti. Io l'ho imparato da Montaigne. Attenzione, umiltà non significa modestia».

Francesco, Papa.
Recentemente l'ottantatreenne Papa Francesco, nel suo ultimo discorso sulla riforma della Curia Romana (complesso di organi che costituiscono l'apparato amministrativo della Santa Sede), ha richiamato i presenti a considerare l'importanza e la necessità del cambiamento, in particolare nel nostro tempo, dicendo tra l'altro: «Quella che stiamo vivendo non è semplicemente un'epoca di cambiamenti, ma è un cambiamento di epoca. Siamo in uno di quei momenti dove i cambiamenti non sono più lineari, ma epocali; costituiscono delle scelte che trasformano velocemente il modo di vivere, di relazionarsi, di comunicare ed elaborare il pensiero, di rapportarsi tra le generazioni umane. Capita spesso di vivere il cambiamento limitandosi a indossare un nuovo vestito, e poi rimanere in realtà come si era prima». Papa Francesco ci dice che il cambiamento deve essere inteso non tanto nell'occupare spazi ma quanto nell'avviare processi, perché il tempo inizia i processi, lo spazio li cristallizza (qui si parla

dell'occupazione di spazi di potere).
Sempre parlando all'organizzazione Curia e del suo necessario cambiamento, Francesco non vuole disconoscere le cose fatte bene nel passato. È doveroso valorizzarne la storia per costruire un futuro che abbia basi solide, che abbia radici e sia fecondo. Appellarsi, però, alla memoria non vuol dire ancorarsi all'auto conservazione.
La memoria non è statica, è dinamica (G. Mahler): la tradizione è la garanzia del futuro e non la custodia delle ceneri.

Giuseppe Cervone, farmacista.
Sono passati diversi anni ma lo ricordo come se fosse ora. Mi trovavo a una cena organizzata dal presidente di Federfarma Potenza alla vigilia del convegno che si sarebbe svolto la mattina dopo con i farmacisti della Basilicata. Fu durante quella cena che, oltre a conoscere la bontà dei peperoni cruschi, conobbi le qualità di un farmacista molto in su con l'età: il dottor Giuseppe Cervone. Nella distribuzione dei posti, seguendo il rigido protocollo Cencelli, mi capitò di sedere accanto a lui e passare così tutta la serata in piacevole conversazione o forse monologo. Ma no, meglio dire conversazione, visto che pur non parlando rimanevo attratto e attivo nel recepire i suoi aneddoti-insegnamenti.
Il dottore era stato presidente del sindacato, e aveva diverse professionalità come quella di esperto e collezionista di monete antiche. Ma la cosa che mi intrigava di più e mi teneva appiccicato al suo racconto era la passione che ci metteva mischiandola con sana ironia e precisione. Raccontava episodi accaduti da tempo con la freschezza e la genuinità di allora. Un vecchio di solito è "polveroso", è "stanco", è... "superato". Gli occhi, il tratto, il vestire, la gentilezza del dottor Cervone, invece, contagiavano rendendo lindo, vivo e attuale il suo raccontare. Rimasi affascinato nel sapere che, in gioventù, per amore della ricerca aveva studiato l'organizzazione delle api portandosi in camera, per tutto un anno, un'arnia; inoltre nel suo mestiere di farmacista titolare di farmacia aveva tra le licenze quella, esclusiva, di poter lavorare in ambito pirotecnico. Il passato il dottore lo centellinava cesellando la sintassi utilizzata per rendere ancora più prezioso e attraente il suo "aver fatto" e il suo "saper chi essere".
La cena non è stata una corsa su una pista oramai lasciata, perché Giuseppe Cervone

La bellezza della vecchiaia è quello stato di vita umana e aziendale con il quale puoi nutrire l'oggi e vivere bene il domani progettandolo per *le nuove generazioni e* con *le nuove generazioni*

ha raccontato anche quella percorsa nell'oggi e quella che prevedeva di imboccare prossimamente visto la sua caparbietà nel voler partecipare alla costruzione del nuovo futuro, mettendo a disposizione un arsenale esperienziale fatto di errori, rinunce, esperimenti, successi, arrabbiature, incomprensioni, gioie.

CONCLUSIONE

L'albero di cachi, il suo frutto grinzoso e con cicatrici, Mario Carraro (*umiltà non significa modestia*), Papa Francesco (*la tradizione è la garanzia del futuro e non la custodia delle ceneri*), Giuseppe Cervone (*un arsenale esperienziale fatto di errori, rinunce, esperimenti, successi, arrabbiature, incomprensioni, gioie*). Tutto questo può sembrare un miscuglio di oggetti, di persone vecchie, di pensieri solidi. Ma... cosa farne? Lasciare tutto nella nebbia della mattinata, nella colonna di un articolo archiviato, nella polvere del ricordo... oppure rendere tutto vivo come vivi e utilizzabili sono quei pensieri, testimonianze, consigli espressi?
La bellezza della vecchiaia è quello stato di vita umana e aziendale con il quale puoi nutrire l'oggi e vivere bene il domani progettandolo *per* le nuove generazioni e *con* le nuove generazioni.
Da qui l'importanza dell'ascolto, della frequentazione del vecchio che ha fatto la storia fin qui, dell'imprenditore che ha vissuto la sua azienda confrontandosi con cicli economici ora favorevoli, ora sfavorevoli, riuscendo a uscirne, magari ammaccato, ma tutto sommato bene, senza mai abbassare l'asticella dell'etica e della morale.
La bellezza della vecchiaia non è soltanto della persona ma anche dei soggetti aziendali. Pensiamo all'azienda Farmacia e al suo cambiamento-evoluzione negli ultimi cento anni. L'ho chiamata "evoluzione" in modo convinto, cercando di liberarmi da quell'abbraccio romantico e appiccicaticcio che la Farmacia come bene comune mi porterebbe, invece, a considerare e accogliere. Evoluzione perché l'azienda Farmacia, con la giusta velocità, ha saputo ascoltare il vento, utilizzare la vela giusta e intraprendere le nuove rotte richieste dalle guide più importanti della vita aziendale: Domanda-Salute e Dignità-Cittadino.
La bellezza della vecchiaia dell'azienda Farmacia non ancora consumata dalla stanchezza, dalla noia e dalla tristezza impone una sua costante rilettura per poter costruire un futuro con meno errori, più gioia e orgoglio di appartenere a un sistema unico; un sistema che genera valore non solo per il proprietario e chi la dirige ma per tutta la comunità locale e nazionale.
Se la vecchiaia, umana o aziendale, è bella perché non coglierla? Scoprire questa bellezza da parte mia, visto che mi avvio a imboccarne la via, potrebbe sembrare pretestuoso per non essere abbandonato tanto da diventare la custodia di preziose ceneri. Non è assolutamente questo che ho in mente. Il mio scritto vuole essere una umile sollecitazione a tutti i giovani, e in particolare a Fenagifar, a cogliere quel frutto rosso, rugoso e con qualche cicatrice che si chiama storia, esperienza... vita passata, vita futura.

Speciale

NUTRIENTI e SUPPLEMENTI

40. OLIO DI PESCE A PROTEZIONE DEL CUORE
Il British medical journal promuove gli integratori a seguito di uno studio osservazionale sull'incidenza di eventi cardiovascolari sui consumatori abituali

41. ARTRITE REUMATOIDE E ACIDO FOLICO
Il folato sembrerebbe contribuire a ridurre l'alto rischio cardiovascolare cui sono soggetti i pazienti Ar

41. IPERTENSIONE SOTTO CONTROLLO NATURALE
Una combinazione nutraceutica migliora valori pressori e resistenza allo sforzo

42. LATTE UMANO DI ALTA QUALITÀ
Gli oligosaccaridi, zuccheri complessi presenti nel latte materno, incidono sullo sviluppo psico-fisico del nascituro

43. COLESTEROLEMIA E SUPPLEMENTAZIONE
Fibre d'avena ricche in beta-glucani migliorano il profilo lipidico

www.nutrientiesupplementi.it

Olio di pesce a protezione del cuore

Il British medical journal promuove gli integratori a seguito di uno studio osservazionale sull'incidenza di eventi cardiovascolari sui consumatori abituali

Abbassa il rischio di mortalità generale, di quella cardiovascolare e l'incidenza di eventi quali infarto e ictus. Il consumo regolare di integratori di olio di pesce si rivela un vero toccasana per cuore e vasi secondo quanto riportato da uno studio di popolazione condotto in Uk e pubblicato sul *British medical journal*.
Sono stati presi in esame i dati di circa 430mila cittadini di Inghilterra, Scozia e Galles, all'interno dell'Uk Biobank, un ampio studio di popolazione condotto tra il 2006 e il 2009, con pazienti seguiti fino alla fine del 2018 (*follow-up* variabile dagli 8 ai 12 anni).
Tramite questionario iniziale si è verificato che il 31 per cento faceva uso abituale di integratori di olio di pesce. L'età media era compresa tra i 40 e i 69 anni e nessuno, a inizio studio, presentava malattie cardiovascolari o tumori. Obiettivo era verificare l'incidenza e la mortalità di malattie cardiovascolari e la mortalità per tutte le cause, incrociando i dati con i registri delle morti e dei ricoveri ospedalieri dei rispettivi Sistemi sanitari nazionali.

I risultati dicono che un consumo regolare di olio di pesce riduce del 13 per cento il rischio di mortalità per qualsiasi causa, del 16 per cento quello per malattia cardiovascolare e l'incidenza di eventi cardiovascolari del 7 per cento, con effetti maggiori negli ipertesi. Un dato ottenuto al netto di fattori correttivi quali età, sesso, stili di vita, uso di farmaci, dieta.
Diversi i possibili meccanismi alla base di tali effetti chiamati in causa dagli autori. Innanzitutto, l'azione degli Omega-3 su ipertensione, trigliceridi plasmatici e frequenza cardiaca. Poi, i miglioramenti della funzione endoteliale, le proprietà antiaritmiche e di riduzione della trombosi.
Nonostante l'ampia dimensione del campione, rimane il limite di uno studio osservazionale non in grado di evidenziare relazioni causa-effetto, e gli stessi autori, oltretutto, sottolineano che non hanno potuto ottenere informazioni su dose, durata della somministrazione ed effetti collaterali degli oli di pesce.
Ciò detto, concludono: «L'uso abituale dell'olio di pesce si associa a minor rischio di mortalità per tutte le cause e per malattie cardiovascolari, apportando anche un beneficio sull'incidenza di eventi cardiovascolari. Sono necessari ulteriori studi per comprendere appieno quali sono i dosaggi in grado di determinare un effetto clinicamente significativo». ■

Artrite reumatoide e acido folico

Il folato sembrerebbe contribuire a ridurre l'alto rischio cardiovascolare cui sono soggetti i pazienti Ar

La supplementazione con acido folico potrebbe rappresentare un'arma vincente contro la mortalità cardiovascolare dei pazienti colpiti da artrite reumatoide (Ar), secondo uno studio dell'University of Texas health science center di Houston (UThealth) pubblicato nei giorni scorsi su Jama Network Open.
Chi soffre di artrite reumatoide ha un rischio cardiovascolare notoriamente superiore rispetto alla popolazione generale. Una delle cause più accreditate è l'innalzamento dei livelli sierici di omocisteina dovuti allo stato infiammatorio. L'acido folico ha la capacità di contrastare tale effetto ma i suoi livelli possono essere compromessi in corso di terapia.
Su queste basi gli autori hanno preso in esame i dati di 683 pazienti con Ar afferenti a una coorte di un importante *database* americano (*National health and nutrition examination study*) incrociandoli con il registro nazionale dei decessi sino al 2011. Tre i gruppi individuati in funzione dei livelli sierici di folato: a) < 4,3 ng/ml (n=239); b) 4,3-8,2 ng/ml (n=234); c) > 8,2 ng/ml (n=210). Nel corso dei 17 anni di *follow-up* medio, si sono registrate 258 morti di origine cardiovascolare e l'incrocio dei dati ha evidenziato che per livelli sierici inferiori a 4,3 ng/ml il rischio aumentava del 50 per cento rispetto a valori superiori, anche indipendentemente da fattori di rischio (diabete e cardiopatie) presenti al basale.
«Il rischio di mortalità cardiovascolare in chi soffre di artrite reumatoide è superiore del 60 per cento rispetto alla popolazione generale», dice Kalyani Sonawane, docente alla UTHealth School of Public health e tra gli autori della ricerca. «Il motivo non è ancora del tutto chiaro. Una possibile spiegazione è che l'infiammazione cronica sistemica determini un aumento dell'omocisteinemia, noto fattore di rischio cardiovascolare. L'acido folico ha un effetto di riduzione dell'omocisteina e una sua carenza è comune nei pazienti con malattie autoimmuni, anche come conseguenza delle terapie con metotrexate, tanto che se ne suggerisce l'integrazione in caso di Ar. Il nostro è il primo studio a indagare la relazione tra livelli sierici di folato e mortalità cardiovascolare in pazienti con artrite reumatoide e i risultati suggeriscono che tale indicatore potrebbe essere considerato un fattore predittivo di rischio nella pratica clinica. Se prossimamente nuovi studi confermeranno il dato, l'integrazione con acido folico potrà rappresentare una strategia di prevenzione efficace ed economica». ■

Ipertensione sotto controllo naturale

Una combinazione nutraceutica migliora valori pressori e resistenza allo sforzo

L'aggiunta alle terapie *standard* di un estratto a base di Bacopa Monnieri, foglie di Ginko biloba e tè verde (complessati con fosfatidilserina) consente di migliorare il controllo pressorio e la funzione cardiovascolare negli ipertesi poco responsivi ai trattamenti. Questi i risultati di uno studio italiano pubblicato sul *Journal of the american heart association* e condotto dal laboratorio di Fisiopatologia vascolare dell'Irccs Neuromed di Pozzilli, in collaborazione con l'Università di Medicina di Salerno, l'Università Federico II di Napoli, l'Irccs Multimedica di Milano e l'Università La Sapienza di Roma.
Sono stati arruolati e divisi in due bracci 69 pazienti ipertesi non controllati, di età compresa tra 40 e 68 anni, in terapia antipertensiva.
Nel primo braccio, 45 sono stati randomizzati a ricevere placebo (n=15) o la combinazione nutraceutica (n=30), in aggiunta alla normale terapia antipertensiva che stavano seguendo. Prima e alla fine delle 4 settimane

di trattamento, sono stati rilevati: pressione arteriosa, funzione endoteliale (misurata tramite indice di iperemia reattiva) e ossido nitrico circolante.
Nel secondo, 24 pazienti sono stati randomizzati a ricevere diuretico (n=12) o nutraceutico (n=12) per 4 settimane, sempre in aggiunta alla normale terapia antipertensiva, che però in questo caso non doveva includere diuretici, sottoponendosi prima e dopo il periodo di valutazione a *test* da sforzo per valutare gli effetti sulla capacità funzionale dei sistemi cardiovascolare, polmonare e muscolare. Sono poi stati condotti studi vascolari e molecolari sui topi per caratterizzare l'azione dei singoli composti contenuti nella combinazione nutraceutica.
I risultati del primo braccio hanno evidenziato un raggiungimento dei valori pressori *target* (130/80 mmHg) nel 53,3 per cento di chi aveva assunto il nutraceutico rispetto al 6,66 per cento del gruppo placebo, così come indice di iperemia reattiva e livelli di ossido nitrico circolanti sono risultati decisamente aumentati nel gruppo attivo e invariati nell'altro.
Per quanto riguarda il secondo braccio, chi aveva ricevuto l'aggiunta di nutraceutico, dopo test da sforzo mostrava incremento di VO2 max, diminuzione della pressione sistolica massima, maggiore resistenza e maggiore potenza sviluppata.
Nei topi, l'estratto ha evidenziato la capacità di abbassare i valori pressori e migliorare la funzione endoteliale, determinando maggiore rilascio di ossido nitrico per attivazione dell'NO sintasi endoteliale e riduzione della produzione di specie reattive dell'ossigeno tramite inibizione della Nadph ossidasi.
Infine, i *test* hanno evidenziato l'azione sinergica dei composti che, da soli, non determinano effetti significativi: «I pazienti trattati con questo nutraceutico hanno mostrato un miglioramento di parametri cruciali come consumo di ossigeno, forza, resistenza all'esercizio fisico, indicatori di un funzionalità endoteliale più efficiente», sottolinea Albino Carrizzo, primo autore della pubblicazione e ricercatore dell'Irccs Neuromed. «I modelli cellulari e animali hanno dimostrato che questo effetto è dovuto a un aumento dell'ossido nitrico nel sangue, elemento importante per la salute dei vasi. Infine, un'osservazione interessante che emerge dalla nostra ricerca è che le quattro sostanze che compongono il mix esercitano un'azione emodinamica solo se combinate insieme, mentre sono inefficaci se usate singolarmente».
Nessuna alternativa, però, alle terapie farmacologiche, tengono a precisare i ricercatori. «L'ipertensione è un problema molto grave che coinvolge una parte sempre più crescente della popolazione, con gravi rischi di patologie correlate», conclude Carmine Vecchione, preside della Facoltà di Medicina dell'Università di Salerno e responsabile del laboratorio di Fisiopatologia vascolare dell'Irccs Neuromed. «I trattamenti farmacologici svolgono un ruolo fondamentale. Se le ricerche future confermeranno i nostri risultati, questa formulazione nutraceutica potrà rappresentare una nuova arma da affiancare alle terapie *standard*».

Latte umano di alta qualità

Gli oligosaccaridi, zuccheri complessi presenti nel latte materno, incidono sullo sviluppo psico-fisico del nascituro

Gli oligosaccarridi del latte umano (Hmo) esercitano un ruolo importante nello sviluppo psicofisico del neonato, secondo quanto riportato da due studi pubblicati di recente sull'*American journal of clinical nutrition* (Ajcn) e su *Plos One*.
Gli Hmo sono zuccheri complessi presenti nel latte materno. Riconosciuti come prebiotici, influenzano la composizione del microbioma intestinale e si sono rivelati in grado di proteggere i bambini dalle infezioni. Sono noti molti tipi di Hmo, ma ogni mamma presenta tipologie e concentrazioni uniche nel proprio latte, in relazione alle caratteristiche genetiche e metaboliche.
Nel primo studio, i ricercatori hanno voluto verificare se vi fosse una correlazione tra composizione in Hmo del latte materno e la crescita del bambino nei primi cinque anni di vita. Un'analisi aggiuntiva ha riguardato il legame tra Bmi pre-concepimento e composizione degli Hmo. Sono così stati analizzati campioni di latte di 802 mamme all'interno di uno studio finlandese (Steps) su sviluppo e crescita in età pediatrica. Tramite Hplc (*High Pressure Liquid Chromatography*) ne è stata analizzata la composizione in Hmo.
I risultati sono stati incrociati con indicatori di crescita dei bambini raccolti dall'età di tre mesi ai cinque anni.
I risultati hanno messo in evidenza che la composizione in Hmo del latte materno incide su altezza e peso nei primi cinque anni di vita: correlazione diretta per 2'-fucosillattosio (2' FL) e inversa per latto-N-neo-tetraosio (LNnT). La composizione in Hmo è risultata correlata anche con i valori di Bmi prima del concepimento.
«Il fatto che ci possa essere un rapporto causa/effetto tra composizione in Hmo del latte materno e crescita del bambino dovrebbe indurci ad approfondire le ricerche, anche in considerazione del fatto che 2' FL e LNnT sono oggi presenti nelle formule per l'infanzia», sottolineano gli autori. «Stessa attenzione per il Bmi pre-gravidanza, che può influire sulla composizione in Hmo del latte materno e sul rischio obesità del nascituro».
Proprio il 2'-fucosillattosio è stato protagonista dello studio pubblicato su *Plos One* condotto da ricercatori del Children's Hospital di Los Angeles in collaborazione con l'Università della California.
Sono stati raccolti campioni di latte di 50 mamme, al primo e sesto mese di allattamento, alla ricerca di 19 Hmo, con particolare attenzione al 2' FL, registrando inoltre la frequenza delle poppate. Lo sviluppo cognitivo è stato misurato con test specifici a 24 mesi e veniva annotato anche il Bmi prima della gravidanza.
I risultati hanno evidenziato che la quantità di 2' FL nel latte materno e la frequenza di allattamento nel primo mese di vita erano correlati a punteggi di sviluppo cognitivo significativamente più alti nei bambini entro i due anni, suggerendo che l'esposizione precoce a questo Hmo potrebbe determinare vantaggi su capacità di apprendimento e memoria. Considerazione finale: il Bmi pre-concepimento si è dimostrato direttamente correlato a peggior sviluppo cognitivo del neonato.

© FamVeld/shutterstock.com

Colesterolemia e supplementazione

Fibre d'avena ricche in beta-glucani migliorano il profilo lipidico

La supplementazione con fibra d'avena ricca in beta-glucani può aiutare il controllo della colesterolemia anche in soggetti che già seguono una dieta naturalmente ricca di fibre come quella mediterranea. Sono le conclusioni dello Studio Belt (*The beta-glucan effects on lipid profile, glycemia and intestinal health*), appena pubblicato su *Nutrients* e nato dalla collaborazione tra il gruppo di ricerca su Aterosclerosi e Ipertensione del Dipartimento di Scienze mediche e chirurgiche del Sant'Orsola Malpighi di Bologna e la Nutrition foundation of Italy.
Ne abbiamo parlato con Arrigo Cicero, presidente della Società italiana di nutraceutica (Sinut) e prima firma dello studio.

Professor Cicero, da quali basi è nata l'idea di avviare la ricerca?
I beta-glucani contenuti nelle fibre di avena hanno un noto effetto ipocolesterolemizzante nell'uomo, tanto che sono uno dei pochi nutraceutici ad avere un *claim* Efsa positivo in tal senso. La maggior parte degli studi, tuttavia, deriva da autori nord-americani e mancavano dati sulla conferma di tale effetto in soggetti che assumano una dieta di tipo mediterraneo, quindi di per sé già ricca in fibra.
Come avete proceduto dal punto di vista sperimentale?
Abbiamo condotto uno studio clinico randomizzato con disegno in *cross-over* in doppio cieco contro placebo, rappresentato da consumo di fibra neutra, non arricchita in beta-glucani, coinvolgendo 83 soggetti sani caratterizzati da lieve ipercolesterolemia, seguiti per due periodi di 8 settimane intervallati da *wash-out* di 4 settimane per verificare al meglio la differenza fra pre e post-trattamento
Quali dati sono emersi?
I risultati hanno mostrato chiaramente come la supplementazione con 3 g/die di fibra d'avena arricchita in beta-glucani è stata associata a riduzione media della colesterolemia Ldl del 15 per cento, con paralleli effetti positivi su colesterolemia totale e Hdl.
A cosa è attribuibile l'azione benefica sulla colesterolemia da parte dei beta-glucani?
Le fibre di per sé svolgono un'azione di sequestro nel lume intestinale del colesterolo dietetico e di quello trasportato dai sali biliari, ma anche dei grassi saturi. Le fibre d'avena sembrano particolarmente efficienti per la loro peculiare viscosità, specie quando assunte con prodotti lavorati e standardizzati.
Avete anche indagato gli effetti su glicemia a digiuno e funzionalità intestinale. Risultati?
Non si è osservato effetto sulla glicemia e sulla funzionalità intestinale perché sono stati arruolati soggetti con glicemia normale e senza disturbi dell'alvo. In particolare, la funzionalità intestinale è stata monitorata come parametro di sicurezza, perché molte fibre possono causare gonfiore addominale e alterazione dell'alvo, cosa che non si è verificata nel nostro studio.

Nutrientiesupplementi.it è un progetto editoriale di iFarma Editore Srl, nato con l'obiettivo di favorire, presso gli operatori sanitari, una corretta e documentata informazione scientifica su ciò che riguarda l'ambito della nutrizione e dell'integrazione.
Direttore editoriale: Dario Passoni
Direttore responsabile: Nicola Miglino
Per ricevere gratuitamente le newsletter elettronica settimanale:
www.nutrientiesupplementi.it
info@nutrientiesupplementi.it

Drive the Change

Formazione operativa
per la digitalizzazione
della farmacia

Dompé

**Prosegue il progetto di iFarma e Dompé,
con il patrocinio di Federfarma,
per la promozione della cultura del digitale**

**Per l'emergenza Covid-19 abbiamo
rinviato a dopo l'estate le ultime tre tappe**

Bologna
18 settembre 2019

Napoli
8 ottobre 2019

Torino
24 ottobre 2019

Palermo
4 novembre 2019

Roma
21 gennaio 2020

Milano
6 febbraio 2020

Bari
20 febbraio 2020

Firenze
Rinviato

Mestre
Rinviato

Cagliari
Rinviato

SCOPRI DI PIÙ SUL SITO DRIVETHECHANGE.IFARMA.NET

Spezie

I vostri luoghi del cuore,
idee, news,
qualche sorriso

47. CONSIGLI DI VIAGGIO
Verona la bella

50. TEMPO LIBERO

© solotu/shutterstock.com

ARENA DI VERONA

CONSIGLI DI VIAGGIO

Verona la bella

Anfiteatri romani, prestigiosi musei, fortezze medioevali, piazze intoccate dai secoli, punti panoramici. Storia, leggenda e modernità si fondono in questa città culturalmente vivacissima, grazie ai tanti festival musicali e teatrali, agli eventi e alle manifestazioni che la animano per la maggior parte dell'anno

di Chiara Zaccarelli

Nell'immaginario comune Verona è la città degli innamorati. Resa celebre da William Shakespeare, che la seppe descrivere con un realismo e una lirica memorabili, in realtà la città scaligera vanta un patrimonio artistico e culturale che va ben oltre le indelebili gesta descritte dal grande poeta inglese. Non per nulla il suo centro storico è stato dichiarato dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità.

TRA REALTÀ E INVENZIONI ROMANTICHE

Impossibile visitare Verona senza fare tappa nei luoghi di Giulietta e Romeo. Siano essi personaggi veramente esistiti o solo frutto della fantasia del Bardo, poco importa. La prima, doverosa vista, è quella in via Capello, in pieno centro, alla cosiddetta "casa di Giulietta", un edificio del Duecento appartenuto alla famiglia dei Capuleti. È meta di pellegrinaggio di migliaia di innamorati che vengono qui per accarezzare la statua di Giulietta, oramai consunta, o per farsi fotografare sul celeberrimo balcone. Da qui si raggiunge facilmente la presunta casa di Romeo, un castello in mattoni che fu proprietà della famiglia Montecchi. Il palazzo è privato ma da fuori si può ammirare la merlatura ghibellina a coda di rondine e immaginarsi le feste e i banchetti, così come le lotte e gli intrighi, custoditi da queste mura fortificate. L'ultima tappa di questo piccolo *tour* nella Verona più romantica non può che essere il Monastero

© MaximBolshakov/shutterstock.com

BALCONE DI GIULIETTA

LA FARMACIA ROMA

Elena Vecchioni, neoeletta presidente di Federfarma Verona, è titolare della Farmacia Roma, realtà storica della città, situata in via Centro. Oltre alle normali funzioni, la farmacia fornisce servizi come misurazione della pressione, prenotazioni di visite specialistiche e ritiro referti tramite Cup, analisi della pelle del viso e analisi del capello, servizi di telemedicina, autoanalisi della glicemia e dell'emoglobina glicata, dei trigliceridi, del colesterolo e dei radicali liberi. E inoltre *test* di lipidomica, bioimpedenziometria e consigli alimentari, automisurazione della circolazione capillare venosa delle gambe e densitometria minerale ossea e *test* per le intolleranze alimentari. Inoltre organizza eventi a tema come *show cooking* per imparare a cucinare con alimenti sani o dimostrazioni di *make-up*.
www.farmaciaroma.it

di San Francesco in Corso, eretto nel 1230 sul luogo dove avrebbe soggiornato San Francesco d'Assisi. Fu proprio qui che si consumò il tragico epilogo della vicenda dei due amanti e sempre qui, in una suggestiva cripta, è custodita quella che è ritenuta essere la tomba di Giulietta. Torniamo nel centro storico, per dedicare la giusta attenzione a vestigia che, pur esulando dalle vicende Shakesperiane, risalgono più o meno allo stesso periodo: le Arche Scaligere. Si tratta di un monumentale complesso sepolcrale costituito da tombe gotiche, la più antica delle quali è datata 1277. Poco più avanti si sbuca in piazza dei Signori, sulla quale si affacciano palazzi di grande importanza storica e architettonica, tra cui il Palazzo della Ragione, sede della Galleria d'Arte Moderna Achille Forti, con una collezione di opere che copre un secolo di storia delle arti visive, di artisti come Hayez, Boccioni e De Chirico. Passando sotto l'Arco della Costa, così chiamato per la presenza di una costola di balena che pende dalla volta, ci si ritrova in piazza delle Erbe, cuore antico della città e tuttora costellata di ristoranti e localini con *dehor* all'aperto, dove fermarsi a bere un aperitivo osservando l'andirivieni di locali e turisti e le bancarelle del mercatino che vendono ogni genere di *souvenir*.

CASTELLO E PONTE DI CASTELVECCHIO

© Aerial-motion/shutterstock.com

I LUOGHI DEL CUORE DEL FARMACISTA

1. Castel San Pietro: Chi vuole ammirare Verona dall'alto non può non salire a Castel San Pietro, a piedi o con la funicolare, che si trova nelle vicinanze del Teatro Romano. La terrazza panoramica regala una straordinaria vista sulla città e, soprattutto al tramonto, è molto frequentata da veronesi e turisti che non si lasciano sfuggire l'occasione di una (romantica) foto ricordo.
2. Ristorante Oste Scuro: in una zona tranquilla poco battuta dai flussi turistici, una cucina di pesce freschissimo che non delude mai
3. Osteria Il Bertoldo: nel centro storico, a pochi minuti dall'Arena e da Piazza Erbe, un luogo dove assaggiare la cucina della tradizione, anche in questo caso con una predilizione per i piatti di pesce, in un ambiente caldo e accogliente.

NON SOLO ARENA

Da piazza delle Erbe si percorre l'elegante via Mazzini, strada dello *shopping* per eccellenza, e si giunge in piazza Bra. Si resta senza fiato quando ci si trova davanti all'improvviso la monumentale imponenza dell'Arena, simbolo della città di Verona.
Il terzo anfiteatro romano più grande d'Italia, dopo quelli di Roma e di Capua, fu costruito attorno alla metà del I secolo d.C. per ospitare combattimenti tra gladiatori o spettacoli con animali esotici ed è a tutt'oggi utilizzato come palco della stagione lirica estiva, di concerti e numerosi altri spettacoli. Ma forse non tutti sanno che a Verona si trova un altro teatro antico: è Il Teatro Romano, grandiosa costruzione all'aperto edificata nel I secolo a.C. ai piedi di Colle San Pietro, sulla riva sinistra dell'Adige. Anche qui, durante i mesi estivi, si svolgono concerti, spettacoli teatrali e balletti, sotto l'egida dell'*Estate teatrale veronese*, *kermesse* nata nel 1948 con l'intento di rendere omaggio a William Shakespeare, che prevede anche iniziative collaterali in vari altri luoghi della città.

PROSPETTIVE INEDITE

Verona vanta anche un importante monumento militare. È Castelvecchio, eretto attorno alla metà del XIV secolo, e inizialmente conosciuto come castello di San Martino in Aquaro. Prese il nome attuale solo dopo la costruzione dei castelli San Felice e San Pietro, e nei secoli ricoprì molteplici funzioni: fu infatti arsenale sotto i veneziani, caserma sotto gli austriaci e infine, nel 1944, sede del famoso Processo di Verona, che segnò la condanna a morte di Galeazzo Ciano e di altri gerarchi fascisti. Oggi ospita il Museo Civico, con un percorso espositivo che va dalla scultura medievale alla pittura dal XIV al XVI secolo, tra cui spiccano opere di Rubens e Mantegna. Particolarmente suggestivi sono i camminamenti di ronda del castello che permettono di ammirare Verona dall'alto, mentre, abbagliante, si affaccia sull'Adige. Un'altra passeggiata che regala una prospettiva inedita sul fiume è quella sulle regaste di San Zeno, fino all'omonimo quartiere. Rimasto fuori dalle mura cittadine fino al Trecento, è tuttora lontano dai flussi turistici e conserva lo spirito più autentico della città. Cuore di questa zona è la basilica di San Zeno, capolavoro romanico dedicato al santo patrono di Verona. Qui, ogni prima domenica del mese, si svolge un delizioso mercato dell'antiquariato dove trovare vere chicche tra oggettistica, mobili, modernariato, abiti e accessori *vintage* e collezionismo. ■

PER SAPERNE DI PIÙ

www.turismoverona.eu
www.comune.verona.it
https://gam.comune.verona.it
www.arena.it

Noi per voi.
Con il rispetto assoluto per il Futuro della terra.

La nostra priorità è quella di costruire modelli perfettamente armonizzati con le persone, la natura e il mondo che ci ospita. Perché lo sviluppo sostenibile e l'attenzione partecipata per le realtà sociali sono per EG® STADA Group valori non rinunciabili e non negoziabili, valori legati a doppio filo con il futuro delle nuove generazioni.

Our Mission. Your Health

EG®
STADA GROUP

TEMPO LIBERO

A cavallo sulle spiagge della Sardegna

Scoprire la bellezza selvaggia della Sardegna in primavera, quando le spiagge sono ancora quasi deserte e il colore del cielo e del mare si riflettono l'uno nell'altro, dando vita a uno spettacolo unico e solo per pochi eletti. Un sogno che diventa realtà all'Horse Country Resort di Arborea (Or), situato nella zona nord-occidentale della Sardegna, quella naturalisticamente più preservata e selvaggia. L'Horse Country Resort si estende su 50 ettari di macchia mediterranea e include 4 hotel, 4 ristoranti, 2 piscine, un centro benessere, un villaggio in stile *western* e una spiaggia privata mozzafiato, circondata dallo splendore e dall'incredibile trasparenza del mare sardo. Il suo fiore all'occhiello è il grande centro di equitazione, un vero paradiso per chi ama i cavalli e le attività a loro legate: non solo equitazione, che si può praticare a tutti i livelli, ma anche passeggiate nei boschi e tra le dune, escursioni di gruppo, romantiche uscite in carrozza e persino il bagno in mare in sella. Grazie all'azione combinata di attività equestri, trattamenti corpo e massaggi localizzati, l'Horse Country Resort offre ai suoi ospiti un programma personalizzato e ricco di benefici, per rilassarsi e rigenerarsi. *www.horsecountry.it*

Umbria bucolica

Nel verde paesaggio umbro, tra boschi rigogliosi, praterie, pascoli, olivi secolari, dove la storia si fonde con la natura e a poca distanza dai più bei borghi dell'Umbria dà il benvenuto ai suoi ospiti il Castello di Petroia. Base ideale per visitare "il cuore verde d'Italia", il maniero in cui è nato Federico da Montefeltro, Signore del Rinascimento e Duca di Urbino, vanta mura millenarie, intorno a cui 13 chilometri di sentieri invitano a passeggiate bucoliche ed escursioni enogastronomiche. In primavera, e fino al 20 giugno, l'offerta *Un Castello di Coccole* include un soggiorno di un giorno e una notte nelle romantiche ed esclusive Suite Imperiali, dotate di mini piscina idromassaggio, prosecco di Valdobbiadene docg e una coppa di fragole all'arrivo in camera e una cena di quattro portate nell'antichissimo Salone Guidubaldo. *www.petroia.it*

MOSTRE IN ITALIA

RAFFAELLO 1520-1483

Roma. La mostra muove dalla morte del grande pittore urbinate per raccontarne vita e opere a ritroso nel tempo. Il punto di partenza è il 6 aprile 1520, giorno della scomparsa di Raffaello Sanzio, il più grande pittore del Rinascimento. Tra le opere esposte, le celebri *Madonna del Granduca* delle Gallerie degli Uffizi, la *Santa Cecilia* dalla Pinacoteca di Bologna, la *Madonna Alba* dalla National Gallery di Washington, il *Ritratto di Baldassarre Castiglione* e l'*Autoritratto con amico* dal Louvre. Fino al 2 giugno 2020, alle Scuderie del Quirinale. *www.scuderiequirinale.it*

ANDREA MANTEGNA. RIVIVERE L'ANTICO, COSTRUIRE IL MODERNO

Torino. Una grande esposizione che vede protagonista uno dei più importanti artisti del Rinascimento italiano, in grado di coniugare la passione per l'antichità classica, le sperimentazioni prospettiche e uno straordinario realismo nella resa della figura umana. La rassegna presenta il percorso artistico del grande pittore, dagli esordi giovanili al ruolo di artista di corte dei Gonzaga. A Palazzo Madama, fino al 4 maggio 2020. *www.palazzomadamatorino.it*

HENRI CARTIER-BRESSON: LE GRAND JEU

Venezia. La mostra mette a confronto lo sguardo di cinque celebri curatori attraverso la loro personalissima selezione di immagini sull'opera omnia del grande fotografo francese e in particolare sulla *Master Collection*, una selezione di 385 immagini che l'artista ha individuato come le più significative della sua opera. Rinnovare il nostro sguardo sull'opera di questo grande fotografo attraverso quello di cinque personalità diverse è la sfida di questo progetto espositivo.
A Palazzo Grassi, fino al 10 gennaio 2021.
www.palazzograssi.it

HEIMAT. A SENSE OF BELONGING

Milano. Curata personalmente da Giorgio Armani in collaborazione con la Fondazione Peter Lindbergh, la mostra evidenzia le straordinarie affinità tra due figure visionarie, il cui originale senso di identità ha definito *standard* molto alti, dando vita a una collaborazione iniziata negli anni Ottanta e proseguita nel corso delle rispettive carriere. Incentrata sugli aspetti noti e meno noti del lavoro del grande fotografo, l'esposizione mostra il punto di vista di Lindbergh, la sua estetica inconfondibile e le sue fonti di ispirazione, in un viaggio che trascende la fotografia di moda.
All'Armani/Silos, fino al 2 agosto 2020.
www.armanisilos.com

Prost!

Da aprile a giugno, lungo la cosiddetta Strada del Vino dell'Alto Adige (che si snoda da Nalles a Salorno, toccando Cortina e Bolzano) si tiene Vino in Festa, una manifestazione dedicata *in primis* all'enogastronomia, ma che prevede un ricco programma collaterale tra escursioni, musica e cultura. Sono tanti e tutti di qualità gli appuntamenti dedicati ai vini, e consentono di immergersi nell'emozionante mondo delle cantine, della cultura e delle tradizioni enologiche dell'Alto Adige. In agenda degustazioni con i vignaioli, giornate del vino, visite a musei enologici, corsi e conferenze a tema, una colazione accompagnata dallo spumante, menu dedicati, passeggiate in bici tra i vigneti e tanto altro. Il gran finale è costituito dalla Notte delle cantine, durante la quale le cantine storiche rimangono aperte fino a notte fonda. È un'ottima occasione per scoprire una regione ricca di sfaccettature, tra montagne, boschi, prati, vigneti e residenze storiche, attraverso uno dei sui prodotti più preziosi e rappresentativi, il tutto condito dall'ospitalità e dalla gioia di vivere della gente del posto. *www.stradadelvino-altoadige.it*

In Sicilia la Biennale del giardinaggio

Il 27 aprile apre a Giarre (Ct), in Sicilia, la seconda edizione del *Radicepura Garden Festival*, biennale promossa dalla Fondazione Radicepura. È un evento internazionale dedicato al garden design e all'architettura del paesaggio del Mediterraneo e coinvolge i protagonisti del paesaggismo, dell'arte e dell'architettura, *designer*, studiosi, istituzioni e imprese. Fino alla fine di ottobre, nel parco botanico della Fondazione Radicepura sarà possibile visitare quattordici installazioni e due giardini, oltre all'Orto della Dieta Mediterranea. Il Festival nasce con l'obiettivo di valorizzare la natura come motore di sviluppo del mondo intero, attraverso iniziative, eventi e linguaggi culturali: dalla musica alle installazioni artistiche, dalla botanica ai percorsi enogastronomici, per dimostrare le potenzialità infinite di un territorio unico come quello siciliano. *www.radicepurafestival.com*

Servizi

Arredo, strumenti operativi,
novità per il punto vendita,
tecnologia, consigli
nell'area commerciale

54. PRODOTTI

56. IL LIBRO
Strategie digitali

La detersione di mani e corpo è importante, così come l'idratazione post detersione. Nei momenti critici può essere utile anche un integratore per rafforzare le difese immunitarie. Infine, un aiuto per il cuoio capelluto irritato e una risposta per chi soffre di reflusso gastroesofageo

cosmesi di laboratorio HELAN GENOVA
L'efficacia nelle erbe

IGIENE E IDRATAZIONE

Come tutti sappiamo negli ultimi mesi c'è stato un incremento vertiginoso nella domanda di prodotti igienizzanti per le mani. Anche il laboratorio ricerca e sviluppo di Helan ha lavorato alla creazione di una formula igienizzante efficace ma che fosse altresì delicata sulla pelle. Il risultato è il nuovo **Gel Igienizzante Mani**, dermopurificante e idratante, a base di acqua di basilico bio, succo di aloe vera, semi di pompelmo e foglie dell'albero del tè. È un gel a rapido assorbimento, con formula a base alcolica (più del 60 per cento), arricchita con semi di pompelmo e foglie dell'albero del tè, per un'efficace azione igienizzante e purificante. La presenza di acqua biologica di basilico e di succo d'aloe vera rende la formula particolarmente idratante, nel massimo rispetto della cute della mano. Disponibile sia nel formato da borsetta che nel formato con dosatore si può utilizzare ogni qualvolta ci sia l'esigenza di igienizzare le mani senz'acqua.

www.helan.com

SPECCHIASOL
Natura Scienza Salute

UN AIUTO PER POTENZIARE LE DIFESE IMMUNITARIE

Fattori come lo *stress*, alcune patologie, l'uso smodato di antibiotici, il freddo, il cambio di stagione, l'alimentazione impropria, l'inadeguato riposo notturno possono compromettere o indebolire le difese immunitarie del nostro organismo, il che comporta una maggiore suscettibilità a malattie scatenate da agenti infettivi come virus, batteri, funghi e parassiti. Il modo migliore e più efficace per rafforzare le difese immunitarie è quello di adottare uno stile di vita sano, ma capita di sentire il bisogno di un sostegno in più. **Specchiasol** propone **Difesal**, un integratore alimentare in compresse a base di propoli E.P.I.D.®, con estratti di erbe officinali come uncaria tomentosa, echinacea e papaya fermentata, componenti utili per potenziare le naturali difese dell'organismo contro le aggressioni esterne.

www.specchiasol.it

PHYTO
L'ENERGIA DELLA NATURA

SOLLIEVO PER IL CUOIO CAPELLUTO IRRITATO

Il fenomeno del cuoio capelluto sensibile e irritato causa un fastidio e un prurito costanti e una spiacevole sensazione di calore. È una situazione stressante, che richiede un intervento immediato per ripristinare la condizione naturale della cute. Ci ha pensato Phyto, con due nuovi prodotti della linea Phytoapaisant. Sono il **Trattamento Detergente Ultra-Lenitivo** e il **Siero Calmante Anti-prurito**. Il primo è uno shampoo-trattamento formulato con estrazione di saponaria, un agente schiumogeno delicato che, grazie alla sua *texture* cremosa, rafforza la barriera cutanea alterata e grazie alla sua freschezza allevia le sensazioni di fastidio. L'olio di camelina dalle proprietà calmanti dona un'ulteriore sensazione di sollievo. Il Siero Calmante, invece, con la sua formula in *gel*, dona istantaneamente una sensazione di freschezza e un profondo sollievo. Mentre il cuoio capelluto ritrova la calma, l'estratto di corteccia di giuggiolo e l'estrazione di tiglio e passiflora, dalle proprietà lenitive, infondono i loro benefici per un *comfort* duraturo. Abbinati allo storico Shampoo Trattante Lenitivo, lanciato nel 1994, costituiscono un rituale-trattamento d'urto per un cuoio capelluto lenito e normalizzato.

www.phyto.it

A-DERMA
AVOINE RHEALBA®

UNA BARRIERA CONTRO LE AGGRESSIONI

Lavarsi le mani molto frequentemente o utilizzare in modo prolungato prodotti igienizzanti può portare la nostra pelle a seccarsi fino a fessurarsi, rendendola così ancora più esposta alle aggressioni esterne. Per proteggere delicatamente la nostra cute, A-Derma propone la **Crema Barriera Protettiva Dermalibour +**, senza siliconi con effetto "seconda pelle" che protegge da tutte quelle aggressioni provocate dal contatto con agenti esterni come detergenti, sfregamenti ripetuti, freddo, vento, acqua. Applicata una o due volte al giorno prima di bagnarsi o prima di qualsiasi aggressione, aiuta a ristrutturare l'epidermide e purifica la pelle irritata.

www.aderma.it

ISDIN
LOVE YOUR SKIN

PROTEZIONE CONTRO I GERMI PER TUTTO IL CORPO

Non solo detergono in profondità, ma limitano la proliferazione di microorganismi preservando la naturale protezione della pelle grazie alla formula in gel con pH fisiologico. Sono **Germisdin original** e **Germisdin aloe vera**, due soluzioni innovative che fanno parte della linea Germisdin di Isdin, con una spiccata azione antisettica per tutto il corpo. Germisdin Original è un gel detergente senza sapone per pelle normale, ideale per un'igiene delicata che rispetta il manto idrolipidico cutaneo preservandone la funzione barriera e limitando la proliferazione batterica. Germisdin Aloe Vera è un gel detergente senza sapone, ideale per la pelle secca con tendenza al prurito, che aiuta a mantenere e rinforzare la naturale protezione cutanea, limitando la proliferazione batterica nel rispetto del manto. Oltre a detergere, svolge un'azione idratante grazie all'aloe vera, mentre contrasta il prurito grazie al polidocanolo (Laureth-9).

www.isdin.com

Arkopharma
LABORATOIRES

UNA RISPOSTA NATURALE AI DISTURBI GASTRICI

Il reflusso gastroesofageo (Gerd) ha una prevalenza nella popolazione del 55 per cento, con una frequenza che varia da una volta al giorno a una volta al mese ed è influenzato da diversi fattori che vanno dall'alimentazione alle abitudini comportamentali. Tra queste il sovrappeso, la gravidanza, l'assunzione di cibi come caffè, cioccolato, alcol e tabacco, ma anche lo stress e l'assunzione di alcuni farmaci come i Fans. Da oggi una risposta al cento per cento naturale ci arriva dai Laboratori Arkopharma, che hanno creato **Arkodigest No Reflux**. Si tratta di un integratore con ingredienti totalmente vegetali e minerali. La componente vegetale è costituita da olmo rosso e alginato (da laminaria) mentre la componente minerale da bicarbonato di sodio e carbonato di calcio di origine minerale. Le due componenti formano un gel in grado di proteggere e lenire la mucosa gastrica e dare sollievo al bruciore gastrico. I laboratori Arkopharma hanno depositato il brevetto per l'efficacia duratura della zattera gastrica protettiva e lenitiva, che viene garantita dall'olmo rosso. Arkodigest No Reflux, in compresse masticabili, è indicato anche per le donne in gravidanza e allattamento e può essere assunto anche dai bambini (12+).

www.arkopharma.com

IL LIBRO

Strategie digitali

Miriam Bertoli e Gianluca Diegoli ci accompagnano in *Drive the change*, il percorso di promozione della cultura del digitale in farmacia che iFarma ha avviato con Dompé. Sono anche autori e curatori di testi importanti di approfondimento in *digital marketing*

WEB MARKETING PER LE PMI

Strategia per fare business con Facebook, SEO, *e-mail* & co. Hoepli

Sempre più aziende decidono di essere presenti e attive su internet, capiscono che la chiave per il successo è una strategia di marketing *integrata ed è l'opposto di una serie di azioni scollegate, stanno investendo budget importanti in nuovi siti, iniziative di* content marketing*, campagne di* advertising*, presenza nei motori di ricerca, tanto per fare alcuni esempi. E soprattutto hanno capito che è fondamentale agire rapidamente, non perdere tempo: è sul digitale che si fonda il futuro di molte imprese, forse tutte.*

È alla terza edizione questo libro di Miriam Bertoli, edito da Hoepli, un *best seller* del settore pensato per imprenditori, responsabili *marketing* e commerciali, studenti e professionisti che vogliano approfondire l'argomento *web marketing*. Come usare il digitale per vendere di più e meglio, per innovare e competere? Come scegliere il *mix* di investimenti più efficaci, coerenti con un percorso di acquisto che unisce sempre più *on line* e *off line*? Nel libro sono presenti molti esempi e casi di successo: «È molto importante dare visibilità agli innovatori – spiega Bertoli nell'introduzione – agli imprenditori e ai *manager* che giorno dopo giorno sfidano la complessità, le resistenze interne, rischiano, investono, riorganizzano processi, si lanciano in nuovi mercati e sognano nuove imprese».

Miriam Bertoli è consulente di *web marketing* per le piccole e medie imprese, docente allo Iulm, *speaker* a seminari ed eventi del settore. Ha un suo blog dal 2004 (*www.miriambertoli.com*) e ha ideato le *Venice lessons*, lezioni video di *marketing* digitale ambientate a Venezia.

RETAIL OMNICHANNEL

Vendere con successo in un mondo digitale e multicanale. Apogeo

Il retail *era rimasto immobile per decine d'anni, poi è arrivato l'*e-commerce*. Quello che deve cambiare è il modello di pensiero. E vorremmo che succedesse attraverso tre linee guida: l'uso dei dati anziché delle opinioni (...), il valore del rapporto di lungo periodo con il cliente, coltivato dalla relazione e non più da singoli premi e bollini fedeltà, e la personalizzazione dell'esperienza, necessaria per emergere in un mondo digitale fatto di prodotti "copia e incolla" che dà al consumatore l'accesso al catalogo più esteso della storia dell'umanità.*

Questo libro, edito da Apogeo, è scritto da due esperti del settore all'avanguardia nel mercato inglese, Tim Mason e Miya Knights, e l'edizione italiana è curata da Gianluca Diegoli. Sottolineando i vantaggi dell'esperienza di acquisto fisico, si mette in evidenza la forza della multicanalità, i cui pilasti sono centralità del dato, del cliente e dell'esperienza. «Se sapremo interpretare questi tre vettori di sviluppo – spiega Diegoli – declinandoli per la nostra peculiare situazione settoriale e aziendale, allora saremo in grado non solo di sopravvivere ai grandi *marketplace* digitali ma anche di controbattere offrendo esperienze agnostiche tra *on line* e *off line*, superiori per soddisfazione, convenienza e fruibilità, digitali quanto e quando serve ma sempre profondamente umane, che le persone vorranno ancora provare per molto tempo».

Gianluca Diegoli si occupa dal 1997 di *business on line* e di *marketing*. Dopo l'esperienza manageriale in grandi aziende, dal 2010 è consulente per il *retail* e *co-founder* di Digital Update.
Insegna allo Iulm e in *Executive master*.

Nell'innovazione Pharmathek c'è l'anima di tutto il nostro team. Dietro alla tecnologia dei nostri robot c'è la professionalità di tutti noi: oltre 100 specialisti appassionati, preparati, vicini da sempre al lavoro di ogni farmacista.

Come il nostro team, il nostro robot SINTESI è un collaboratore su cui puoi contare. Ecco cosa può darti:

- **VELOCITÀ:** braccio singolo, braccio doppio, Euclid3D: tre soluzioni "multipicking" per ogni esigenza.
- **EFFICIENZA E CONTROLLO:** un magazzino monitorato in ogni fase, in ogni momento, e altamente performante.
- **ADATTABILITÀ:** il tuo robot progettato e realizzato per la tua farmacia.
- **SEMPLICITÀ**: facilità di utilizzo del sistema in ognuna delle sue funzioni.
- **SUPPORTO:** un servizio di assistenza disponibile h 24, 7 giorni su 7.

Per maggiori informazioni visita www.pharmathek.com o chiama lo 045 950301

PHARMATHEK
AUTOMATION TECHNOLOGIES

clabcomunicazione.it

FARMACI GENERICI: UNA *scelta* CHE FA BENE A TUTTI

Un farmaco più economico libera fondi per la ricerca e per la collettività.

Dal 1996 abbiamo scelto di specializzarci nel settore dei farmaci generici perché crediamo che i farmaci generici abbiano un valore sociale. Abbiamo scelto di produrre farmaci di alta qualità a prezzi contenuti che permettono di liberare risorse economiche da reinvestire a vantaggio della collettività.

Abbiamo scelto di essere generici perché vogliamo essere speciali.

DOC

GENERICI PER *SCELTA*

www.docgenerici.it | facebook.com/docgenerici