Ottobre/Novembre 2022

iFARMA

DAVIDE POLIMENI
Un'attitudine all'innovazione

MERCATO
La farmacia italiana può fare di più

PROFESSIONE
La qualità del sistema

STORIE
Non si trovano farmacisti (né ragionieri)

iFARMA EDITORE *Periodico mensile - Anno VI numero 55 - Reg. Trib. Milano n. 107 del 14 marzo 2017 - Editore: iFarma Editore s.r.l., Via Enrico Toti 4, 20123 Milano*

Enterogermina®

LE **SPORE** FANNO LA DIFFERENZA.[1]

L'efficacia di un probiotico dipende non solo dal dosaggio, ma anche **dalla sua abilità di sopravvivere nel tratto gastrointestinale** e di **moltiplicarsi nell'intestino**.[1]

Le spore hanno un'**elevata capacità di sopravvivere** e **persistere a lungo**.[1]

Enterogermina, con spore di Bacillus clausii.[2]

sanofi

1. Morelli L, Pellegrino P. A critical evaluation of the factors affecting the survival and persistence of beneficial bacteria in healthy adults. Beneficial Microbes, 2021; (available at https://www.wageningenacademic.com/doi/epdf/10.3920/BM2021.0017).

2. Enterogermina 4 miliardi riassunto delle caratteristiche del prodotto.

Codice: MAT-IT-2200516 - Depositato in AIFA il 16/03/2022. Medicinale di automedicazione classe C-bis. RCP disponibile alla pagina seguente. Prezzo di vendita consigliato al pubblico di Enterogermina 4 Miliardi/5ml sospensione orale 10 Flaconcini: 15,90 €.

SOMMARIO

3. EDITORIALE
Dedicato a chi non vende
5. LA VOCE DELLA BASE
Ci dovete meritare
6. COPERTINA
Un'attitudine all'innovazione

Scenari

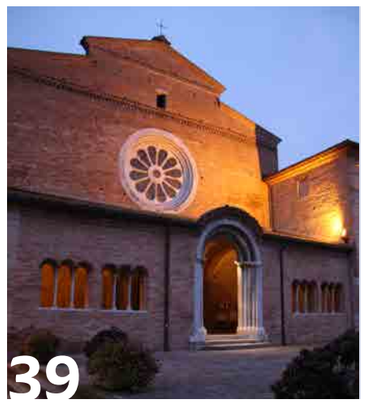
12. MERCATO
La farmacia italiana può fare di più
16. INIZIATIVE
Dompé Talks riparte dal passaggio generazionale
18. PROFESSIONE
La qualità del sistema
20. RETI
Club Salute, uno scudo per le farmacie
22. STORIE
Non si trovano farmacisti (né ragionieri)
26. AZIENDE
Un'unica realtà, fino all'ultimo miglio
28. MIXER
30. FARMACI
Un principio attivo poco conosciuto

NUTRIENTI e SUPPLEMENTI

32. Celiaci a rischio steatosi epatica?
Uno studio analizza il consumo di prodotti senza glutine per indagare la relazione tra aumento del rischio alterazioni metaboliche e composizione nutrizionale degli alimenti
33.Complicanze orali da nefropatia cronica: un aiuto dall'integrazione
Maggiormente predisposti a patologie come la malattia parodontale o la candidosi, i pazienti nefropatici possono giovarsi di interventi correttivi con composti naturali bioattivi come polifenoli e carotenoidi
34.Vitamina D e fratture: una relazione da rivedere?
Un *trial* a stelle e strisce porta a riconsiderare il ruolo dell'ormone, da sempre legato alla prevenzione dei rischi da osteoporosi. Ma per Andrea Giustina (San Raffaele) occorre prudenza sui dati pubblicati nello studio

Spezie

39. CONSIGLI DI VIAGGIO
Pausa d'autunno nel maceratese
42. TEMPO LIBERO
46. PRODOTTI



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

iFARMA EDITORE

iFARMA EDITORE SRL
Via Enrico Toti 4, 20123 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

REDAZIONE
Elena Peverata
Chiara Zaccarelli

HANNO SCRITTO SU QUESTO NUMERO
Claudio Buono, Cristiano Colalto, Franco Falorni, Giada Mei, Nicola Miglino, Gabriele Rebuscelli

REDAZIONE WEB
Marco Rocco

ART DIRECTOR
Floriana di Maio

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

IMMAGINE COPERTINA
Carmelo Farini/Visual Crew

CONCESSIONARIA PER LA PUBBLICITÀ
Digital Sales

ADVERTISING SALES MANAGER
Giancarlo Confalonieri (giancarlo.confalonieri@ifarma.net)

MARKETING
Luana De Stefano, Teresa Premoli, Sara Simone, Daniela Vidotto

AMMINISTRAZIONE
Katia Greto

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 siste 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.

Per aiutare il sistema immunitario,
rispettando anche il Pianeta.

Sciroppo

Capsule

Grazie alla sua nuova formula con Echinacea e Sambuco, **ImmunoMix Advanced** garantisce **un'azione immunomodulante, antiossidante ed energizzante** per il sistema immunitario, **in tutte le stagioni, per tutta la famiglia**.

Per un consiglio che rispetta l'organismo e anche l'ambiente.

IL PIANO MARKETING

- OPERAZIONE SPECIALE DI PROMOZIONE CON MATERIALI DI VISIBILITÀ E CAMPIONAMENTO SUL PUNTO VENDITA
- CAMPAGNA WEB DI INFLUENCER MARKETING
- INFORMAZIONE E CAMPIONAMENTO PRESSO PEDIATRI

INTEGRATORI ALIMENTARI

CONTATTA L'AGENTE DI ZONA O L'UFFICIO COMMERCIALE E SCOPRI TUTTI I DETTAGLI DELL'OPERAZIONE E IL MERCHANDISING PER IL TUO PUNTO VENDITA.
(FRONTOFFICE@ABOCA.IT - 0575 746316)

Certified B Corporation

Aboca è una **Società Benefit** ed è certificata **B Corp**
www.aboca.com/bene-comune

Aboca S.p.A. Società Agricola
Sansepolcro (AR)

MATERIALE AD ESCLUSIVO USO PROFESSIONALE

EDITORIALE

Dedicato a chi non vende

Laura Benfenati
direttore

I due fratelli farmacisti che hanno cominciato a lavorare nella farmacia di famiglia a dieci anni di distanza e il maggiore chiede che questo fatto si traduca in quote maggiori della società; i tre fratelli, due non laureati e uno sì, che pensano di lavorare tutti in farmacia; i tre non laureati che i genitori vorrebbero introdurre nella srl. E poi quel padre che ha donato beni di importi diversi negli anni ai figli e scopre che questo potrebbe rivelarsi un problema e quel nonno a cui hanno chiuso momentaneamente la farmacia perché la successione nei confronti dei nipoti, anche in presenza di un testamento, non è diretta.

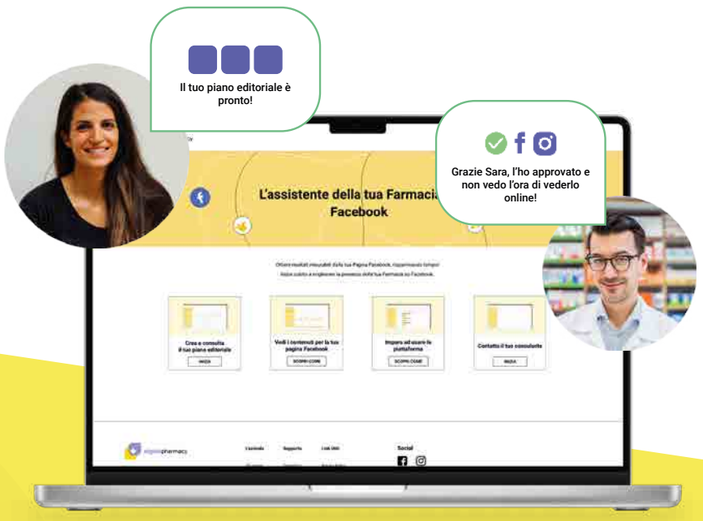
Una buona soluzione è rappresentata dal patto di famiglia ma è necessaria la disponibilità a sedersi tutti attorno a un tavolo e a non mettere poi in discussione, anni dopo, le scelte fatte

Sono soltanto alcune delle *case history* che i nostri relatori hanno illustrato ai *Dompé Talks* sul passaggio generazionale, un progetto realizzato dalla nostra rivista con Dompé e con il patrocinio di Federfarma e dedicato a chi ha deciso di non vendere la farmacia. Abbiamo visto colleghi spaesati, abbiamo sentito domande inaspettate, come se non ci si fosse mai posti il problema del trasferimento della farmacia, fondamentale sia per l'azienda sia per i rapporti familiari. «Il momento giusto per affrontare il tema del passaggio generazionale è quando non si è più tanto giovani da essere ricattabili né troppo vecchi da essere poco lucidi», ha detto l'avvocato Quintino Lombardo alla prima tappa veneziana del *tour*. E il messaggio che, con Silvia Cosmo, Arturo Saggese e Nicola Brunello, ha voluto dare è che ogni passaggio generazionale è un'operazione tagliata su misura in base al tipo di farmacia e alle specifiche situazioni e non affrontarlo può essere molto rischioso. E allora abbiamo sentito parlare del divieto di patti successori ma dell'eccezione rappresentata dal patto di famiglia, di donazioni, testamenti, operazioni straordinarie, di srl e di *holding*, di questioni fiscali, di soluzioni per far crescere la società invece di frazionarla. La "cassetta degli attrezzi" c'è, ampliata con la legge 124/2017 ma anche complicata da quel cambiamento epocale. È accaduto infatti che qualche non farmacista abbia messo in discussione decisioni prese precedentemente a quella legge, potendo ora entrare nella società della farmacia di famiglia. E la convivenza in azienda tra chi svolge la professione e chi è soltanto socio non sempre è facile.

Insomma, nel passaggio generazionale bisogna prendere in considerazione tutti gli aspetti, personali, caratteriali ed economici. Una buona soluzione è rappresentata dal patto di famiglia ma è necessaria la disponibilità a sedersi tutti attorno a un tavolo e a non mettere poi in discussione, anni dopo, le scelte fatte. Ci vogliono elasticità e buon senso.

Scegliere oggi di non accettare le mirabolanti offerte che arrivano dalle "catene" e di non vendere la farmacia – anche se magari non si hanno figli farmacisti – rappresenta un atto di fiducia nella professione e nel futuro. Lo è anche proteggere quanto si è costruito con tanti sacrifici, pianificando serenamente il passaggio generazionale della propria farmacia. ■

Digital Pharmacy
IL CONSULENTE PER I TUOI SOCIAL



La gestione dei social è uno stress?

Risparmia tempo e migliora i tuoi risultati con Digital Pharmacy:
il consulente dedicato che crea e pubblica i migliori contenuti per la tua Farmacia.

Più di 500 farmacie hanno aumentato la loro visibilità online. Vuoi farlo anche tu?
Richiedi una consulenza gratuita scrivendo a:
info@digitalpharmacy.it

empowered by PHARMAP

www.digitalpharmacy.it

LA VOCE DELLA BASE

Ci dovete meritare

In un mondo di borse a disposizione di chiunque dovremmo essere una Birkin: per ottenerla devi essere speciale e volerla davvero, rispettando i suoi tempi

Una Birkin non basta volerla comprare, te la devi meritare. Per qualsiasi altra borsa è facile, basta andare in negozio, strisciare la carta ed è fatta, te la puoi portare a casa. Chiunque può acquistarla. Chiunque. Basta avere i soldi e la borsa è tua. Una Birkin, no: devi essere speciale.

Applichiamo a noi stessi l'idea astratta, il pensiero, di essere a disposizione di chiunque, per chiunque, sempre e a prescindere. Lo facciamo tutti i giorni, più volte al giorno, talvolta anche per 24 ore filate. Ma sarebbe troppo pensare che in un mondo di borse acquistabili da tutti potremmo essere come una Birkin, quella che deve essere meritata?

Intanto possiamo applicare questo concetto al *team* della farmacia. Possiamo, e dobbiamo, organizzare il nostro lavoro per fare in modo che fuori della farmacia ci debba essere la fila di colleghi che ambiscono a lavorare con noi. Possiamo, e dobbiamo, organizzare il nostro lavoro per fare in modo che i colleghi che desiderano meritarsi di lavorare con noi siano spinti a un aggiornamento continuo, applicando tutti gli stimoli opportuni. Possiamo, e dobbiamo, organizzare il nostro lavoro per ambire a vincere il primo premio del concorso *Best Place to Work* (*www.greatplacetowork.it*), e che diventi difficile pensare di lasciare la nostra impresa. Possiamo, e dobbiamo, organizzare il nostro lavoro per fare in modo che i prodotti che trattiamo, farmaci e non, siano l'eccellenza nella qualità, siano in linea con la nostra missione del lavoro ed esaltino le capacità professionali dei farmacisti. Possiamo, e dobbiamo, organizzare il lavoro per fare in modo che chi lavora con noi si senta partecipe di un progetto di lavoro e di vita lavorativa.

E così, nell'ambito professionale saremmo sicuramente come una Birkin: per tanti farmacisti, ma non per tutti. Ma come applicare un concetto simile ai nostri clienti? Difficile, ma non impossibile. Difficile, perché siamo sempre a disposizione della salute delle persone, di tutte. Non impossibile, perché l'etica professionale ci deve indirizzare verso un percorso virtuoso e chi da noi cerca scorciatoie non ci merita. Possiamo essere meritati? Non è un problema di soldi. Vogliamo che sia applicata a noi l'idea astratta, il pensiero, di non essere a disposizione di chiunque, per chiunque, sempre e a prescindere. Vogliamo che chi entra in farmacia capisca, soprattutto e innanzitutto, di avere a che fare con un professionista della salute.

Ora, cari colleghi, chiudete gli occhi e pensate alla Birkin. E pensate se avessimo applicato questo concetto alle nostre farmacie. Quando avevamo la pianta organica che ci proteggeva. Quando avevamo l'esclusività della vendita di qualsiasi farmaco. Quando generazioni di farmacisti hanno vissuto di rendita applicando la prima leva di marketing della farmacia: alzare la serranda. Quando non esistevano le catene di farmacie.

Un'ultima notazione riguarda i nostri rapporti con la politica sanitaria. Per anni, forse perché volevamo essere comperati da tutte le Regioni, abbiamo operato come se fossimo delle borse vecchie e sfondate, acquistabili da chiunque. Ora è tempo di cambiare, noi siamo delle Birkin, dovete meritarci. ■

Ringrazio Paolo Borzacchiello per l'idea, molto scopiazzata (come la Birkin d'altronde). Lui è una persona preziosa, andrebbe seguita (www.hce.online), anche con i suoi libri.

Aldo Cacco
farmacista

Un'attitudine all'innovazione

L'evoluzione di Dompé Farmaceutici e la costituzione dell'area Primary & Specialty Care, con il consolidamento dell'approccio integrato medico-farmacista-consumatore e gli investimenti sulla farmacia: ce li racconta Davide Polimeni, Chief Business Unit Officer Primary & Specialty Care dell'azienda

di Laura Benfenati

© Carmelo Farini/Visual Crew

Una laurea in economia aziendale, una lunga permanenza in Dompé in ruoli e responsabilità crescenti dedicate allo sviluppo del portfolio in area RX/Otc sia per l'Italia sia a livello internazionale: «In questi anni ho avuto l'opportunità di assistere e contribuire a una continua evoluzione della nostra area. Non ci siamo mai fermati, continuando a cercare modelli di innovazione sia nel *portfolio* sia nel nostro approccio al mercato che potessero darci la possibilità di generare valore per i pazienti e per la nostra azienda», ci dice Davide Polimeni, *Chief Business Unit Officer Primary & Specialty Care*, che incontriamo a Milano.

Una *start up* con una storia di 130 anni, la co-ceo di Dompé Farmaceutici Nathalie Dompé ha definito così l'azienda...
Dompé ha fatto dell'innovazione la parte centrale della sua attività e l'ha declinata a 360 gradi, avendo come faro il tema della salute del paziente. Da una parte ha avuto la capacità, attraverso la propria Ricerca e Sviluppo, di entrare nel mondo *biotech* delle malattie rare dell'area oftalmica con la molecola proprietaria NGF. Dall'altra ha alimentato il suo percorso di crescita del mondo *Primary Care* attraverso due principali *driver*: la costruzione di un portfolio integrato in Italia che segue il percorso di salute dalla *Prevention* alla *Primary & Specialty Care* e lo sviluppo del mercato internazionale. Dompé sul mercato italiano era un'azienda riconosciuta come *leader* in ambito dolore e respiratorio con un *focus* sull'informazione scientifica, poi nel tempo si è evoluta. Innanzitutto nel modello, sviluppando un *portfolio* Otc attraverso il lancio di Okitask e della piattaforma *consumer* di Fluifort e Levotuss, per poi consolidare la sua presenza sul mercato con l'acquisizione del ramo d'azienda *primary* della Bracco. Questa evoluzione ci ha permesso di arricchire le nostre aree di riferimento, da un'azienda dolore e respiratorio centrica a una parte *Specialty* in ambito cardio-metabolico, a una nuova area dedicata alla prevenzione.

Quali sono stati i momenti fondamentali di questa trasformazione?
Ne ho in mente tre: 2012, da un modello basato sull'informazione scientifica a un *portfolio* trasversale con l'apertura all'Otc, in particolare con Okitask, che ci ha permesso di aprire un canale di interlocuzione fondamentale con il mondo della farmacia. Abbiamo lavorato molto per consolidare la piattaforma Otc e la crescita del nostro *portfolio* ci ha dato la spinta a continuare nell'evoluzione che ci ha portato all'acquisizione di Bracco nel 2017. Un passaggio fondamentale nel nostro percorso che ci ha permesso di rafforzare la presenza sul mercato italiano, consolidando il nostro posizionamento all'interno del mercato Otc e offrendoci la possibilità di ampliare le nostre aree terapeutiche *Specialty* su segmenti importanti come quello cadio-metabolico. E infine nel 2022 abbiamo di fatto costruito un'area *Primary & Specialty*, con un consolidamento dell'approccio integrato medico-farmacista-consumatore. Abbiamo identificato nell'evoluzione del nostro modello un vantaggio competitivo che parte dalla necessità di affrontare i bisogni del mercato con una logica integrata. Oggi siamo tra le prime dieci aziende del mercato italiano, siamo in contatto con oltre 50.000 medici attraverso i nostri informatori e abbiamo oltre 13.000 clienti diretti in farmacia. Abbiamo integrato nuove competenze all'interno del nostro *team* e trovato la sinergia tra le diverse aree della nostra *Business Unit*. Un'evoluzione del modello che ritengo essere strategica e che ci darà la possibilità nei prossimi anni di consolidare le nostre aree di forza e lanciare nuove soluzioni sul mercato.

In questa evoluzione, cosa pensa dell'impatto del *digital* e che ruolo può avere per Dompé e per il settore farmaceutico?
In Dompé puntiamo all'integrazione del modello *go-to-market* e l'innovazione digitale sta rappresentando l'elemento fondamentale per alimentare la diversità di competenze che accompagna la nostra trasformazione. Ci sono aspetti concreti su cui ci siamo indirizzati per utilizzare gli strumenti digitali, penso per esempio all'*e-detailing* per l'informazione scientifica o, per quanto riguarda gli Otc, alla comunicazione *web* e *social* nell'ottica di integrare il canale fisico con quello *on line*. Più in generale, il *digital* è e sarà sempre di più uno strumento di cui il settore si dovrà avvalere. È emerso con forza come sia fondamentale integrare velocemente il lavoro *off line* e *on line*, riconoscendo che il vantaggio non è rappresentato solo dalla possibilità di aprire nuovi canali di vendita, ma risiede nell'opportunità di arricchire la *customer experience*, cercando di alimentare la capacità di generare valore attraverso servizi innovativi che pongono al centro il bisogno di salute del paziente. Quello che dal nostro punto di vista rimane quindi fondamentale sono i principi che devono indirizzarci nell'utilizzare i *digital tools*. Vogliamo basare il nostro vantaggio competitivo sull'innovatività e la qualità del prodotto, sulle evidenze scientifiche e vogliamo dare grande valore e centralità al ruolo che il medico e il farmacista possono avere nella catena del valore e delle scelte in ambito salute. Riteniamo quindi che l'utilizzo del *digital* nel nostro *go-to-market* ci aiuti a raggiungere questo obiettivo. In questo momento la crescita che stiamo avendo sul mercato, le risposte alle proposte terapeutiche che stiamo proponendo e l'interazione con gli *stakeholders* ci invitano a continuare in questa direzione.

C'è un'altra area su cui state investendo in questo momento?
Il concetto di salute è cambiato molto negli anni e vedo in alcuni ambiti una diluizione dei confini tra *Primary* e *Specialty Care*. In questo ha contribuito molto anche la dinamica socio-demografica della popolazione e l'attenzione a una migliore qualità di vita, allo spostamento del *focus* dal trattamento alla prevenzione. C'è una maggiore consapevolezza da parte del cittadino-paziente e da qui l'opportunità di dare valore al bisogno di prevenzione. Crediamo che affrontare questo mercato con l'idea di portare al centro i bisogni del paziente e lavorare sul concetto di validazione scientifica e qualità delle nostre proposte possa essere la strada giusta da percorrere per un'azienda come Dompé. L'area *Prevention*, che abbiamo di fatto lanciato durante il 2022, ha alla base la profonda convinzione che il mercato vada affrontato con questo approccio, favorendo, anche in questa area, il dialogo costante tra paziente-medico-farmacista. Il nostro lancio del *brand* Bioritmon credo rappresenti una *case history* molto importante del nostro modello, che si basa sulla sinergia tra le attività dedicate al medico e al farmacista.

In che modo si può concretizzare questa collaborazione con la farmacia?
In un contesto dominato da crescenti sfide ma anche da nuove opportunità, credo sia fondamentale definire l'area in cui ricercare il proprio vantaggio competitivo. La rapida evoluzione delle dinamiche di mercato offre molteplici spazi e possibilità e quindi è necessario portare avanti con ancora più decisione e forza le scelte di posizionamento e del ruolo che ogni attore del sistema intende ricoprire. Vediamo per esempio alcuni *trend* in crescita guidati da nuovi canali di vendita come l'*e-commerce*, che dimostrano la dinamicità di questo mercato e che richiedono precise scelte di strategia agli attori di questo sistema.
Inoltre, credo che ci sia una richiesta crescente da parte dei cittadini di una farmacia polifunzionale, non solo un punto di distribuzione ma sempre più polo di riferimento per servizi e consulenza con un'integrazione tra l'*on line* e l'*off line*.

Il ruolo della farmacia è sempre più riconosciuto nel nostro sistema sanitario...
Sicuramente sia il ruolo del medico sia quello del farmacista, e in generale tutta la sanità del territorio, sono in un momento di grande evoluzione. Sono le aree che più danno valore all'industria. Noi continuiamo a investire nella farmacia, penso alle iniziative di formazione che abbiamo avviato con *iFarma*. Ci siamo focalizzati su differenti temi che abbiamo ritenuto essere anche un territorio di confronto tra Dompé e il mondo della farmacia. Penso per esempio al percorso di *Drive the change* sui temi del digitale a cui hanno partecipato 1.300 farmacisti in presenza, oppure alle iniziative durante il *lockdown* per permettere un continuo aggiornamento, o più recentemente i *Dompé Talks* in *webinar*, con 800 farmacisti collegati e tantissimi che hanno poi visionato il video in remoto. Abbiamo dato la possibilità di confrontarsi su differenti argomenti: dall'opportunità di vendita della farmacia alle questioni legali e fiscali, alla telemedicina, all'assortimento, alla gestione.
E continuiamo a supportare il confronto su temi che pensiamo possano essere di interesse come, per esempio, quello del passaggio generazionale.

I nuovi assetti proprietari nel settore farmacie, le catene, rappresentano più una minaccia o uno stimolo per il settore, dal punto di vista dell'industria?
È un aspetto molto collegato a quanto dicevamo prima sull'importanza di scegliere un posizionamento nel mercato. Dalle nuove forme di aggregazione e dai nuovi canali arriva sicuramente uno stimolo, anche per il singolo titolare. Il mercato chiede sicuramente di fare qualcosa di nuovo, di differente nell'ottica di massimizzare il livello di fiducia con il paziente. Credo proprio che quello della fiducia sia uno dei temi chiave che il farmacista, e il settore della sanità in generale, devono conservare e su cui sarà necessario continuare a lavorare e investire. Abbiamo la fortuna di poter lavorare in un ambito che ha la *mission* di curare e trattare uno dei beni più importanti, la salute. Seguendo questa direttrice e la centralità del paziente, mi viene abbastanza naturale pensare, come cittadino-paziente, al valore che può avere la farmacia rispetto a tematiche collegate ai servizi, al consiglio, all'accoglienza e alla *partnership*.

Questa evoluzione richiede anche un approccio alle nuove tecnologie che non sempre risulta facile e immediato per i farmacisti.
Non lo è neanche per chi lavora in azienda. Una delle cose che abbiamo fatto in questi ultimi anni è stata fare evolvere molto le nostre strutture, creare competenze nuove, abbiamo dovuto innovare *team*, persone, processi, abbiamo investito in corsi di formazione. Ho vissuto tanti anni del mio percorso professionale in Dompé e mi sento di poter dire che la continua ricerca di nuove soluzioni e modelli è stato un fattore critico di successo, portandoci a vivere dentro la stessa azienda una trasformazione importante sotto diverse prospettive, dal portfolio prodotti al "*way of working*", dalle strutture alle competenze. Anche su questi temi ci piacerebbe lavorare con le farmacie, con un'interlocuzione diretta, perché per noi sono e rimarranno un *player* di riferimento. ■

Detergente in forma di schiuma, a base di GSEvo®Ived, bioliquefatto di Vite, Boswellia e Zenzero, Polifruttosio, Fico d'India, oli essenziali di Lavanda e Melissa, Hydagen® Aquaporin e Arginina che offre una **delicata igiene quotidiana per pelli a tendenza acneica.**
Favorisce la riduzione del rossore, donando vitalità e luminosità alla pelle.
La formulazione, a pH fisiologico, non contiene conservanti propriamente detti, ma un sistema di conservazione che non altera l'equilibrio del microbiota cutaneo.

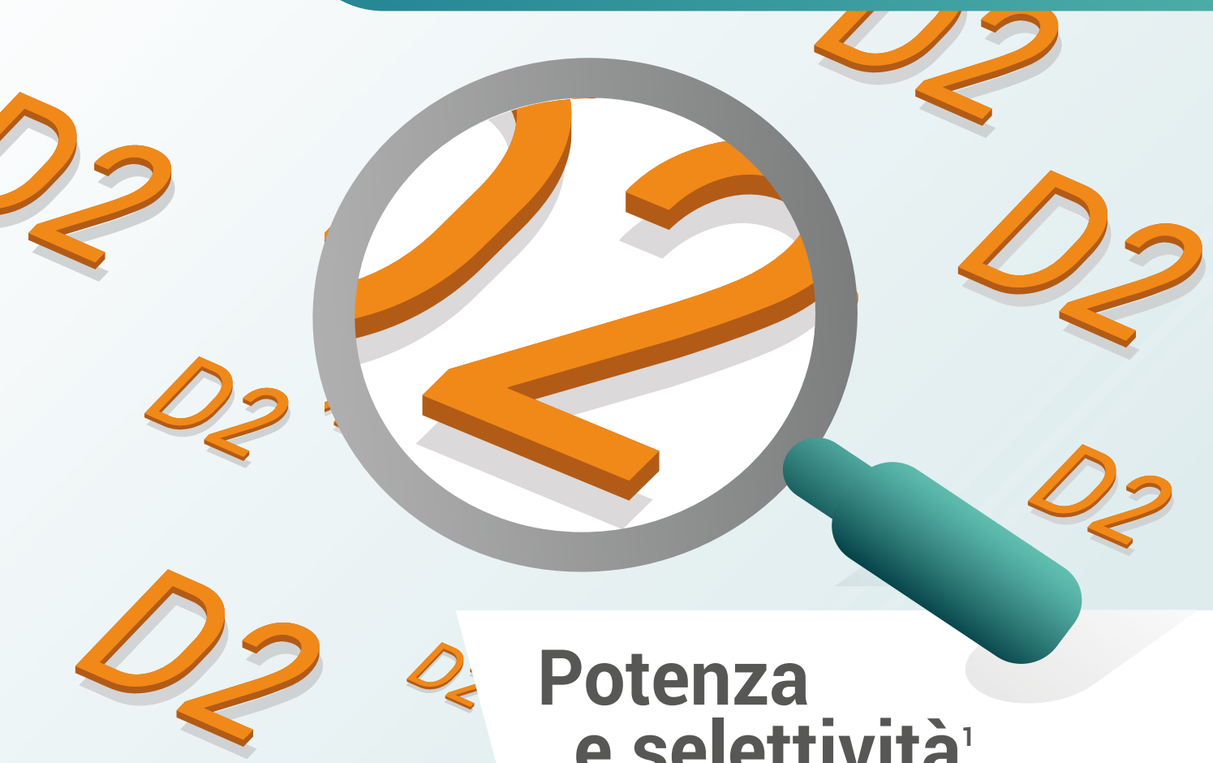
GSEvoIved

*Test di soddisfazione condotto da TRND nel 2022 su un campione di 414 soggetti italiani con pelle a tendenza acneica.

Scopri il trattamento completo su **www.prodecopharma.com**

Prodeco Pharma
etica per natura

LIMICAN®
alizapride cloridrato



Potenza
e selettività[1]

D3

Per il trattamento sintomatico
di vomito e nausea di varia origine[2]

- **Risposta anti-emetica superiore** a metoclopramide[3]
- **Attività selettiva**, senza azione sulla neurotrasmissione colinergica[2]
- **Azione rapida**[2]

Cod: LIM22ADV001 – RCP incluso
Depositato presso AIFA in data 7/10/2022

LIMICAN 50mg – compresse – CLASSE C-RR
Prezzo: 15,00€

LIMICAN 50mg/2ml – soluzione iniettabile
Classe A-RR - Prezzo: 4,03€

Per la posologia, fare riferimento
al Riassunto delle Caratteristiche del Prodotto.

ACARPIA

ACARPIA Farmaceutici
www.acarpia.com

[1] Horta ML, Vianna PTG. Br J Anaesth 2003; 91 (2): 287-289.
[2] LIMICAN®. Riassunto delle Caratteristiche del Prodotto.
[3] Oberling F. Ann Gastroenterol Hepatol (Paris) 1984; 20 (1): 59-61

Scenari

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

12. MERCATO
La farmacia italiana
può fare di più

16. INIZIATIVE
Dompé Talks riparte
dal passaggio generazionale

18. PROFESSIONE
La qualità del sistema

20. RETI
Club Salute,
uno scudo per le farmacie

22. STORIE
Non si trovano farmacisti
(né ragionieri)

26. AZIENDE
Un'unica realtà,
fino all'ultimo miglio

28. MIXER

30. FARMACI
Un principio attivo
poco conosciuto

MERCATO

© Vovatol/shutterstock.com

La farmacia italiana può fare di più

Un'indagine svolta dall'Area studi di Mediobanca mette in evidenza i punti di forza nostrani e quelli di distanza rispetto al panorama europeo

di Gabriele Rebuscelli

Servizi, telemedicina, omnicanalità, assortimento, *private label*, professionalità del capitale umano e competitività. Sono le voci dell'ideale *Swot analysis* (*Strengths* - i punti di forza, *Weaknesses* - le debolezze, *Opportunities* - le opportunità e *Threats* - le minacce) condotta da Mediobanca sulla farmacia italiana. Che ne esce provata dall'erosione dei margini delle vendite del farmaco etico, ma ricca di opportunità qualora riesca ad affrontare le sfide proposte da un panorama sanitario in forte evoluzione.

GIRO D'AFFARI: DINAMICHE COMPLESSE

Per capire la direzione che la farmacia può prendere è fondamentale partire dalla conoscenza della situazione presente. E per farlo occorre affidarsi ai numeri, di cui è ricchissimo il *report* "Le farmacie italiane tra mercato e funzione pubblica" recentemente pubblicato proprio dall'Area studi dell'istituto di credito italiano. «Nel 2021 le farmacie italiane hanno registrato un giro d'affari pari a 24,4 miliardi di euro. Un fatturato in calo del 4 per cento rispetto al 2015», ci ha detto Oriana Romeo, analista di Mediobanca, nell'intervista per *iFarma Digital* 31. «La contrazione riguarda un po' tutte le referenze. Soprattutto i farmaci con prescrizione medica, che rappresentano oltre la metà del fatturato complessivo della farmacia». I dati del *report* parlano infatti di -9,3 per cento per i medicinali da prescrizione e di -5,3 per cento per quelli acquistabili senza ricetta. «Unica variazione di segno positivo è rappresentata dai prodotti notificati: un balzo in avanti del 33 per cento, spinti soprattutto dal segmento degli integratori. Una categoria merceologica che vede l'Italia prima in Europa in termini di vendite», sottolinea Romeo.

Questo calo di fatturato non pare però essere dovuto a una minore attenzione degli italiani per la propria salute, né nella dinamica dei prezzi. «Piuttosto è da ricercare nella riduzione dei volumi di vendita e soprattutto nel riassortimento della domanda». Come riporta il documento di Mediobanca "nel 2010 il 41,3 per cento delle vendite era rappresentato da farmaci con brevetto, il 41,5 per cento da referenze con brevetto scaduto e il residuo 17,2 per cento da generici. Nel 2021 i farmaci brevettati sono calati al 24 per cento, quelli a brevetto scaduto sono saliti al 45,2 per cento, mentre i generici sono arrivati 30,8 per cento, quasi raddoppiati". È pur vero che nel primo semestre 2022 il giro d'affari delle farmacie tricolore ha segno positivo, in crescita dell'8 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con vendite pari a 13,1 miliardi di euro. Anche al netto delle vendite legate al Covid.

Ancor più incoraggiante, secondo le rilevazioni di Mediobanca, il fatto che l'aumento dell'inflazione non stia penalizzando, per ora, gli acquisti in farmacia. Segno che per gli italiani la spesa per la salute è ancora sostenibile e prioritaria nel paniere degli acquisti.

LE FARMACIE ITALIANE TRA MERCATO E FUNZIONE PUBBLICA

FATTURATO DELLE FARMACIE ITALIANE (2015-2021)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % 21/15
Fatturato totale (€ mld)	**25.469**	**25.167**	**24.717**	**24.395**	**24.227**	**23.625**	**24.438**	**-4,0**
di cui: con ricetta	*15.319*	*15.087*	*14.907*	*14.285*	*14.287*	*13.725*	*13.900*	*-9,3*
in %	*60,1%*	*59,9%*	*60,3%*	*58,6%*	*59,0%*	*58,1%*	*56,9%*	*-3,2 p.p.*
di cui: senza ricetta	*2.303*	*2.259*	*2.230*	*2.260*	*2.263*	*2.120*	*2.180*	*-5,3*
in %	*9,0%*	*9,0%*	*9,0%*	*9,3%*	*9,3%*	*9,0%*	*8,9%*	*-0,1 p.p.*
di cui: prodotti notificati	*3.077*	*3.401*	*3.610*	*3.700*	*3.785*	*3.800*	*4.090*	*+32,9*
in %	*12,1%*	*13,5%*	*14,6%*	*15,2%*	*15,6%*	*16,1%*	*16,7%*	*+4,6 p.p.*
di cui: parafarmaci	*2.320*	*2.000*	*1.580*	*1.690*	*1.548*	*1.700*	*1.995*	*-14,0*
in %	*9,1%*	*7,9%*	*6,4%*	*6,9%*	*6,4%*	*7,2%*	*8,2%*	*-0,9 p.p.*
di cui: igiene e bellezza	*2.040*	*2.010*	*2.000*	*2.060*	*1.967*	*1.900*	*1.900*	*-6,9*
in %	*8,0%*	*8,0%*	*8,1%*	*8,4%*	*8,1%*	*8,0%*	*7,8%*	*-0,2 p.p.*
di cui: nutrizionale	*0.410*	*0.410*	*0.390*	*0.400*	*0.377*	*0.380*	*0.373*	*-9,0*
in %	*1,6%*	*1,6%*	*1,6%*	*1,6%*	*1,6%*	*1,6%*	*1,5%*	*-0,1 p.p.*
Fatturato medio per farmacia (€ mil)	**1.399**	**1.357**	**1.303**	**1.262**	**1.242**	**1.201**	**1.228**	**-12,2**
Superficie di vendita media (mq)	**68,1**	**68,1**	**69,1**	**70,3**	**71,6**	**72,9**	**73,6**	**+8,1**
Fatturato per mq (€)	**20.536**	**19.923**	**18.859**	**17.946**	**17.350**	**16.476**	**16.678**	**-18,8**
Confezioni vendute (mld)	**1.869**	**1.816**	**1.833**	**1.800**	**1.761**	**1.675**	**1.702**	**-8,9**

FARMACI E FATTURATO: ITALIA VS EUROPA

	Austria		Francia		Germania		Italia		Spagna	
	N. farmacie	Fatturato (€ mld)	N. farmacie	Fatturato (€ mld)	N. farmacie	Fatturato (€ mld)	N. farmacie	Fatturato (€ mld)	N. farmacie	Fatturato (€ mld)
2010	1.276	2,9	22.186	38,1	21.441	39,1	17.796	26,0	21.364	20,8
2021	1.404	4,6	20.534	38,3	18.461	59,9	19.901	24,4	22.198	22,2
Var. %	*+10,0*	*+58,6*	*-7,4*	*+0,5*	*-13,9*	*+53,2*	*+11,8*	*-6,2*	*+3,9*	*+6,7*

Fonte per tutti i grafici: "Le farmacie italiane tra mercato e funzione pubblica", Area Studi Mediobanca, 2022

ITALIA VS EUROPA: ZERO A UNO

Analizzando i dati relativi al giro d'affari però si evidenzia un *trend* che desta preoccupazione: l'erosione del fatturato medio delle farmacie, che oggi è di circa 1,2 milioni di euro annui. Ben lontano dai numeri registrati dalle farmacie europee, da quelle francesi che staccano scontrini per 1,9 milioni di euro a quelle tedesche e austriache che arrivano a 3,3 milioni di fatturato annuo.

È la conseguenza di diversi fattori. Dalle dimensioni delle farmacie italiane, che hanno mediamente metrature inferiori (74 metri quadri) rispetto a quelle riscontrabili in altri Paesi europei (165 mq). Così come dal rapporto tra numero di farmacie presenti sul territorio e numero di cittadini. In altre parole, le circa 19mila farmacie italiane possono contare su un bacino d'utenza di 2.977 persone (in calo del 10,9 per cento dal 2015, erano 3.340).

A fronte dei 13.872 della Danimarca, degli

8.647 nei Paesi Bassi, dei 4.792 nel Regno Unito o dei 4.434 della vicina Germania. «A nostro avviso è un problema di adeguatezza dimensionale – commenta Romeo – soprattutto per far fronte alle nuove sfide che le farmacie dovranno affrontare. *In primis* la maggiore digitalizzazione. Oltre all'ampliamento della gamma di servizi offerti. Uno strumento che le farmacie hanno a disposizione per gestire queste criticità è l'adesione a reti e alle catene».

RETI DI PROTEZIONE

Anche per quanto riguarda il fare fronte comune a un contesto sempre più competitivo, Mediobanca ha analizzato il panorama italiano desumendo interessanti informazioni sulle farmacie che hanno scelto di far parte di reti, più o meno *light*, per riuscire a migliorare la propria *performance*.
Aderisce a una rete il 24 per cento delle farmacie, esprimendo un fatturato complessivo di 6,5 miliardi di euro, che rappresenta il 26,8 per cento di quello nazionale. Maggiormente rappresentate le farmacie affiliate: sono il 20 per cento in numero e il 21,1 per cento a valori. Ancora poche (4 per cento) quelle proprietarie, il cui fatturato pesa per il 5,7 per cento.
«A nostro avviso, è certo che entrare a far parte di una rete consente il raggiungimento di economie di scala che altrimenti non sarebbero realizzabili», chiosa l'analista. «Ciò anche grazie all'acquisizione di *skills* professionali nuove, che rendono il farmacista sempre più un *manager*».

E-COMMERCE: AMPI MARGINI DI CRESCITA

Viene da chiedersi se, anche grazie alle opportunità offerte dalle reti e dai *network*, si possa immaginare che la farmacia italiana sia salita davvero su questo treno. Risponde Romeo: «È chiaro che ormai l'omnicanalità è un aspetto imprescindibile per la farmacia. Che, grazie alle reti, è stata non solo oggetto di un cambio di *governance*, ma anche di *business*. Non è più solo dispensatrice di medicinali, ma è sempre più attenta all'aspetto commerciale della sua attività. Obiettivo è aumentare il valore dello scontrino. Per farlo deve acquisire nuovi clienti e fidelizzarli. L'omnicanalità deve essere intesa come unione tra canale fisico, imprescindibile soprattutto per una realtà come la farmacia italiana molto diffusa e radicata sul territorio, e canale virtuale, che è un importante strumento di potenziamento commerciale». Ed è chiaro che quello *digital* è un ambito che lascia spazio ad amplissimi margini di miglioramento. Come dimostrano i dati delle vendite *on line*, attestatesi a 437 milioni di euro nel 2021, con un incremento a doppia cifra (+14 per cento) rispetto al 2020, e del 90 per cento se si raffrontano i dati con quelli del 2019. Ma ancora marginali, dice Mediobanca, tenendo conto che da noi possono essere venduti *on line* solo i prodotti Sop, cosa che porta l'*e-commerce* della farmacia a coprire solo il 4,2 per cento del mercato, a fronte della media europea dell'10-15 per cento, con punte del 23 per cento (Germania).

OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

E allora, stante questi dati, sono molte le opportunità che la farmacia italiana può sfruttare per crescere nel futuro. *In primis* i servizi di prevenzione, con i quali si intercetta una domanda di salute non soddisfatta dalle altre istituzioni sanitarie del territorio. Così come la presa in carico delle cronicità, che vede nel farmacista un interlocutore di prossimità spesso più accessibile di altri professionisti della salute, per quanto riguarda la gestione della terapia e del piano terapeutico. Il che si traduce in una migliore aderenza terapeutica, una migliore efficacia clinica e, in ultima analisi, in una minore spesa per il privato e per il Ssn.
Ma servizi sono anche tutto ciò che concerne la consulenza sanitaria personalizzata, l'istallazione di dispositivi per la rilevazione di parametri clinici e l'effettuazione di analisi di prima istanza. Che in farmacia si riescono a eseguire più velocemente rispetto ad altre strutture, tanto da far sì che il 42 per cento degli italiani si rechi in farmacia per questi esami piuttosto che per acquistare i farmaci.
Interessante anche la riflessione che fa Mediobanca sulla telemedicina, *pivot* intorno al quale ruota molta parte delle attività del Pnrr. Intesa come l'insieme di tecnologie, dai *big data* all'intelligenza artificiale, che permettono a paziente e professionista sanitario di interagire pur trovandosi fisicamente distanti, avvicinando quindi la sanità al cittadino, la telemedicina potrebbe essere di estremo interesse per la farmacia. Soprattutto se declinata in televisite, come insegna il modello francese. In Francia la normativa consente infatti alle farmacie di avere uno spazio disponibile per il teleconsulto medico-paziente, un servizio apprezzato e utilizzato da ben il 22 per cento dei francesi. Il tutto realizzato grazie alla *partnership* con imprese specializzate nell'istallazione e manutenzione di apposite cabine di televisita, in cui sono presenti strumenti semplici come termometro, otoscopio e sfigmomanometro che il paziente può utilizzare guidato dal medico collegato in remoto.
Ancora, possiamo attenderci grandi sviluppi per quanto riguarda la *private label*, che in farmacia incide solamente per lo 0,6 per cento delle vendite. Con i dovuti distinguo rispetto al segmento alimentare della Gdo, dove i prodotti a marchio proprio realizzano il 19,8 per cento del venduto, i margini di crescita sono anche qui molto ampi. Per un tipo di prodotto che, tra l'altro, può favorire la fidelizzazione dei clienti e la *brand awareness*. ■

*Che riducono il colesterolo nel sangue. Il colesterolo in eccesso può causare problemi al cuore. L'effetto benefico si ottiene con l'assunzione quotidiana di 1,5-3 g di steroli vegetali. Le malattie cardiovascolari sono dovute a molteplici fattori, intervenire su uno solo di questi può anche non avere effetti benefici.
Danacol® è un marchio registrato di Compagnie Gervais Danone, usato da Danone Nutricia S.p.A. Società Benefit in qualità di licenziataria.

INIZIATIVE

Dompé Talks riparte dal passaggio generazionale

Continua la partnership tra iFarma e Dompé con un nuovo calendario di appuntamenti. Dopo il primo ciclo di webinar di approfondimento su tematiche specifiche relative alla gestione della farmacia e su questioni fiscali e legali, questa nuova serie di incontri in presenza affronta un tema di grande interesse per molti titolari

di Claudio Buono

Il nuovo ciclo di appuntamenti *Dompè Talks*, dopo gli ottimi riscontri del *format* con i sette *webinar* di marzo-luglio, è rappresentato da una serie di incontri in presenza focalizzati su un tema, quello del passaggio generazionale, decisamente complesso e interessante.
Il primo appuntamento – "Un patto tra generazioni. Il passaggio della farmacia: aspetti legali e fiscali" – si è tenuto venerdì 22 settembre a Mestre-Venezia (oltre a Milano il 6 ottobre e Roma il 20 ottobre) e ai numerosi presenti ha fornito l'occasione per rivolgere interessanti domande ai relatori, gli avvocati Quintino Lombardo e Silvia Cosmo dello Studio legale HWP Franco, Lombardo, Cosmo; Arturo Saggese, dottore commercialista e revisore contabile; Nicola Brunello, dottore commercialista, titolare dello Studio Brunello.
In linea generale, quello che è emerso nel corso della serata è che il trasferimento della farmacia in ambito familiare – tra genitori e figli, ma non solo – deve essere inteso come un'evoluzione positiva dell'azienda e rappresenta indubbiamente una grande opportunità per i titolari, ma richiede programmazione, tempo e una minima conoscenza sulle opportunità legali e i risvolti fiscali dell'operazione. Inoltre va tagliato su misura per ogni singola situazione: patto di famiglia, donazione, cambio di società, *holding* sono tutte strade percorribili a seconda delle diverse e varie situazioni, ma l'obiettivo prioritario deve essere sempre quello di preservare l'azienda e indubbiamente anche l'armonia in famiglia.

LOMBARDO: INDIVIDUARE IL MOMENTO GIUSTO

Introducendo l'incontro, Lombardo si è focalizzato sul concetto di titolarità della farmacia, che nell'impianto tradizionale era riservata unicamente ai farmacisti e alle società da loro composte. Questo fino all'avvento della Legge 124 del 2017, che ha aperto un novero di possibilità che prima non esistevano. Nel liberalizzare l'accesso anche alle società di capitali, la norma ha consentito infatti di utilizzare strumenti tipici del passaggio generazionale delle aziende e soprattutto di considerare il cespite patrimoniale farmacia-azienda come un *asset* a cui può parimenti concorrere con diverse modalità chi farmacista non è. La liberalizzazione dell'acquisto delle partecipazioni societarie ha sostanzialmente eliminato il problema di individuare un "successore farmacista" e quello di organizzare la "gestione provvisoria" (oggi ridotta a un anno dalla dichiarazione di successione) perché l'erede possa acquisire i requisiti professionali necessari. Tuttavia, se la legge 124 da un lato ha rimosso tutta una serie di problemi (in materia di scadenze, per esempio), dall'altro ha però praticamente mantenuto quelli legati al grande tema delle incompatibilità, le cui norme sono state sì adattate alla nuova realtà, ma molto malamente. In tema di trasferimento della farmacia – ha rimarcato Lombardo – non esistono soluzioni scontate. Occorre infatti considerare, caso per caso, opportunità e limiti delle diverse soluzioni, avendo presente la complessità delle questioni di diritto successorio e i rischi per la continuità aziendale di un trasferimento contestato. L'ampliamento delle possibili scelte familiari e la varietà di opzioni praticabili, oggi ben più grande che in passato, costituiscono un motivo concreto per affrontare il passaggio generazionale a tempo debito. «C'è un momento giusto per sistemare le cose – ha concluso Lombardo – ed è quando non si è troppo vecchi da non essere lucidi né troppo giovani per subire pressioni».

COSMO: PROGRAMMAZIONE E PIANIFICAZIONE

È toccato poi a Silvia Cosmo entrare nello specifico della legge sulle successioni e della

sua applicazione. La relatrice, prima di prendere in esame i tre tipi di successione previsti dall'ordinamento – "necessaria", "legittima" (o "intestata", cioè senza testamento) e "testamentaria" (o "testata", cioè con testamento) – ha spiegato che le norme in tema di diritto societario, civilistico e farmaceutico si intersecano tra di loro e sono complementari con quelle che regolano la successione. Per cui tutti gli atti che vengono fatti in vita (vendita, donazione, patto di famiglia, conferimento in società, finanche il testamento) non devono essere visti come entità isolate dal resto del patrimonio individuale. Non si tratta, insomma, di decidere unicamente che cosa fare della farmacia o delle quote che verranno cedute, ma occorre tenere conto del patrimonio nel suo complesso. Cosmo ha anche sottolineato che bisogna guardare al domani, perché questi atti hanno un impatto sul futuro che si vuole dare all'azienda-farmacia e quindi riguardano anche la tutela dei beneficiari dei suddetti beni. Di conseguenza, qualsiasi atto va attentamente valutato: la parola d'ordine è "programmazione e pianificazione".

SAGGESE: MOLTE LE VARIABILI IN CAMPO

Per il fiscalista Arturo Saggese, il passaggio generazionale è un tema di estremo interesse nel mondo della farmacia, ma va affrontato mettendo sul campo una notevole serie di variabili che vanno incrociate tra loro, a partire dalle varie forme societarie (ditta individuale, società in nome collettivo, in accomandita semplice, a responsabilità limitata), per capire quale sia la combinazione più corretta per ogni singola fattispecie. Il relatore ha poi preso in esame le operazioni straordinarie utili al trasferimento della farmacia, dal conferimento alla fusione, dalla scissione alla trasformazione. E ha illustrato cosa significa *holding* e quali sono in vantaggi rispetto alla srl.
Sul piano fiscale, l'esperto ha evidenziato che tradizionalmente nell'ambito della farmacia lo strumento utilizzato è quello dell'impresa familiare, che aiuta nel riparto degli utili ma che non va a toccare il concetto di titolarità che resta in capo alla ditta individuale e quindi al singolo imprenditore. A volte, però, il diritto di credito può essere valorizzato sotto forma di partecipazione. È il caso del credito che viene imputato al collaboratore dell'impresa familiare e che non sempre viene riscosso in fase di riparto degli utili. Nel corso della sua relazione, Saggese ha anche indicato le variabili fiscali e previdenziali da valutare in sede di passaggio in forma societaria con coinvolgimento degli eredi, spiegando che comprendono le imposte dirette (Irpef, Ires) e indirette (registro in caso di donazione modale), l'imposta di successione e donazione e la previdenza: Enpaf (ordinaria e quota 0,5 in caso di soggetti soci non farmacisti) e Inps (da valutare in riferimento sia allo storico lavorativo di ciascun socio sia all'operatività in farmacia da parte del non farmacista).

BRUNELLO: ATTENZIONE AGLI ASPETTI FISCALI E PREVIDENZIALI

Nicola Brunello ha infine trattato di aspetti fiscali e previdenziali delle diverse forme di titolarità, rammentando che qualsiasi pianificazione successoria è diversa dall'altra e che i valori fiscali, differenziandosi da quelli civilistici, sono equitativi in caso di pianificazione della successione.
Per il relatore, inoltre, va sempre tenuto a mente che condizione necessaria ma non sufficiente per un'adeguata pianificazione è capire bene i desiderata di medio-lungo termine e avere una mappatura del patrimonio globale (inclusivo delle donazioni eseguite in vita), e in caso di operazione complessa cercare sempre una preventiva condivisione dell'operazione con la propria Asl. In questo modo si riducono i potenziali casi di lite, anche se la certezza si otterrebbe solo con la sottoscrizione dei patti di famiglia, che tuttavia presentano una serie di criticità.
Brunello ha anche riassunto gli aspetti di cui bisogna tenere conto nella pianificazione successoria: da quelli legati alle imposte agli aspetti previdenziali, fino alla *governance* della farmacia (a chi lasciarla? Le società 50-50 sono tendenzialmente da evitare), senza dimenticare le certezze per gli eredi contro eventuali recriminazioni, magari da parte di eredi non conosciuti.
Il relatore ha infine presentato alcune interessanti *case history*, come quella del titolare che, avendo come eredi soltanto i nipoti e non più i figli, si è visto chiudere la farmacia perché la successione non era diretta. ■

PROFESSIONE

© Gorodenkoff/shutterstock.com

La qualità del sistema

È importante individuare gli elementi che caratterizzano il modello farmaceutico-sanitario territoriale e in cui le farmacie rappresentano il front-end con il cittadino. Un'analisi accurata può aiutare lo stesso sistema a migliorarsi e rendersi forte per le sfide del futuro, stabilendo nuove priorità e apportando le giuste e tempestive correzioni

di Cristiano Colalto, *farmacista*

Nell'articolo "*Un sistema di qualità*" di *iFarma* n.51, aprile 2022, è stato proposto un nuovo modello farmaceutico-sanitario territoriale caratterizzato dal livello di complessità organizzativa funzionale a un nuovo *standard* di servizi.
L'architettura del sistema è data da tutte le strutture e gli organismi che hanno in comune una funzione o un obiettivo specifico, comprendendo quindi tutte le organizzazioni che favoriscono e partecipano alla corretta esecuzione dello stesso. In questo senso quindi sono comprese non solo le singole unità di farmacia che operano nel territorio, ma l'organizzazione distributiva, le attività degli Ordini professionali, delle rappresentanze sindacali ecc.

L'ANALISI DELLA STRUTTURA ATTUALE

Volendo disegnare un organigramma dell'attuale sistema farmaceutico-sanitario territoriale, emerge un modello organizzativo con una gerarchia verticale molto corta, nonostante la grande ampiezza di numero delle farmacie nel territorio. Gli enti pubblici come le Aziende sanitarie locali, per conto della struttura centrale del ministero della Salute e dei Servizi sanitari regionali, contribuiscono a controllare il sistema a livello periferico e a fornire un adeguato scambio a livello centrale.
Analogamente, la stessa struttura si è sviluppata a livello sindacale, stabilendo un'assemblea centrale con diramazioni regionali e poi provinciali, e gruppi di lavoro dedicati. Quindi un primo elemento di qualità organizzativa è sicuramente dato dalla semplicità dalla gerarchia corta, che conferisce efficacia e snellezza alla *governance* del sistema delle farmacie territoriali.
Un'altra peculiarità è data dalla presenza degli stessi farmacisti nei vari livelli gerarchici del sistema: essi costituiscono le figure manageriali che garantiscono una capacità esecutiva a ogni livello del sistema, dal più basso (il lavoro nella singola farmacia) al più articolato nella gestione organizzativa e nei processi decisionali. Quest'ultimo aspetto conferisce una connotazione particolarmente efficace al *management* del sistema, che non solo possiede competenze e capacità, conosce le responsabilità, tende a obiettivi ambiziosi e raggiungibili, ma sente l'appartenenza alla professione e si identifica con gli obiettivi comuni.
La passione del farmacista è per la maggior parte costituita dalla soddisfazione della comunità che assiste e dell'interesse pubblico, mentre la passione del gestore di capitali è generata dal prodotto e dalla soddisfazione dell'interesse privato. In entrambi i casi la gestione economica dell'impresa è solo uno strumento, ma cambiano gli scopi a seconda del protagonista.
Da qui si può intuire il terzo elemento caratteristico: la farmacia è "*un'attività economica commerciale di carattere imprenditoriale e che il servizio farmaceutico deve considerarsi collocato nel contesto 'speciale' del servizio sanitario nazionale e degli interessi pubblici che il servizio medesimo intende preservare e presidiare*[1]". L'autonomia imprenditoriale, ma soprattutto organizzativa, della singola unità farmacia è sicuramente un valore aggiunto e vantaggioso per lo stesso Ssn. Analogamente, il processo di trasformazione delle unità sanitarie locali e ospedali in aziende[2], mediante l'attribuzione della personalità giuridica pubblica, della autonomia organizzativa, amministrativa, patrimoniale, contabile, gestionale e tecnica, ha costituito la svolta organizzativa del nuovo Sistema sanitario nazionale. Questo ha comportato condizioni di maggiore flessibilità e di migliore adattamento alla domanda e alle caratteristiche dei processi di offerta con una tendenza verso la ricerca della migliore efficacia dei risultati in termini di salute e risorse impiegate[3]. Del resto il Dpcm 27 gennaio 1994 indica chiaramente i principi di efficacia ed efficienza tra i pilastri fondamentali del Ssn, che si devono esprimere attraverso alcuni strumenti come l'adozione di *standard* e la semplificazione delle procedure.

I PRINCIPI ALLA BASE DI UN SISTEMA DI QUALITÀ

È innegabile quindi che i principi organizzativi, a qualsiasi livello, diventano intrinsecamente legati al concetto di qualità dell'intero sistema farmaceutico-sanitario territoriale.
Tali principi fanno leva su valori condivisi, ancora molto forti e caratterizzanti la categoria, in base ai quali i farmacisti leggono la realtà, si lasciano guidare ma soprattutto distinguono gli obiettivi desiderati da quelli non. Valori centrali in questo senso sono l'etica, l'eccellenza, l'onestà, il rispetto dell'autorità, l'assistenza al prossimo. Questi si rispecchiano nella costruzione interna dell'organizzazione e nell'interazione del sistema con l'esterno, banco di prova della solidità dell'organizzazione. Del resto "*le organizzazioni sono entità sociali guidate da obiettivi, progettate come sistemi di attività deliberatamente strutturate e coordinate che interagiscono con l'ambiente esterno*"[4], ed è proprio iniziando dalla progettazione di una nuova architettura delle attività che il sistema organizzativo deve disegnare e costruire il proprio futuro.
È interessante riportare un modello standardizzato di partenza su cui riflettere, quello previsto dall'accademico Henry Mintzberg, in cui si possono individuare cinque strutture fondamentali per un'organizzazione in cui ci si possono facilmente ritrovare tutti i protagonisti del sistema: la Fofi, i sindacati e l'ente pubblico:
- il vertice, il *top management*, in cui la *leadership* è massima e sono prese decisioni strategiche con alto grado di responsabilità;
- la tecnostruttura, con funzioni tecniche di progettazione e di formazione;
- lo *staff* di supporto, con l'apporto fondamentale pratico per il funzionamento dell'organizzazione;
- la linea intermedia, che funge da collante tra coloro che progettano e gli esecutori, e stabiliscono i gradi di responsabilità;
- il nucleo operativo, dove sono svolte le attività.

Nel *workflow* è fondamentale stabilire gli obiettivi con i valori di riferimento da parte del vertice, per poi consolidare il nuovo sistema farmaceutico-sanitario territoriale seguendo criteri di efficacia, efficienza e appropriatezza. In questo senso è di importanza fondamentale il ruolo delle tecnostrutture, deputate alla costruzione e all'ordinamento dell'architettura ideata dai vertici organizzativi, sia dalla parte pubblica sia dalla federazione e dal sindacato. La progettazione deve essere coerente e condivisa, impostata su principi universali, utilizzando i criteri già riportati. Ne consegue che i processi risultanti devono passare per forza attraverso un "sistema di qualità", e quindi nella proposta di nuovi *standard* operativi, ma anche nuove operatività, servizi innovativi, che favoriscono la salute della collettività a un nuovo livello e che costruiscono una nuova figura di farmacista e di tecnico sanitario territoriale.

UNA METAMORFOSI CULTURALE BEN GUIDATA

È già stato riportato che per ogni bisogno da soddisfare ci deve essere la certezza della qualità dell'esito, che viene garantita esclusivamente dell'esecuzione corretta del processo sottostante[5]: è proprio ben focalizzando i processi sanitari che le tecnostrutture del sistema devono ideare gli interventi. Dalla parte pubblica sono perciò necessari interventi normativi, in concerto con la categoria e i sindacati, che permettano la necessaria standardizzazione di alto livello, assicurando così un'omogeneità in tutto il territorio nazionale. Dalla parte dei sindacati ci deve essere la disponibilità a scommettere ingenti energie e risorse per migliorare la struttura e la mentalità di ogni singola farmacia territoriale. Da parte della federazione ci deve essere il coraggio di imporre una metamorfosi culturale fastidiosa, forse eccessivamente sistematica e laboriosa, ma fondamentale per accrescere la categoria tutta e dare ai giovani nuovi sbocchi e interessanti opportunità. In questo senso il cambio di paradigma dovrà partire proprio dalle facoltà universitarie, che dovranno rivedere e ricostruire (più che altro rivoluzionare) il corso di laurea e aiutare il sistema fornendo professionalità e competenza.
In conclusione, è necessario non accontentarsi delle attività sanitarie impostate velocemente nel periodo pandemico, bensì costruire altrettanto velocemente un nuovo sistema farmaceutico-sanitario territoriale. La recente Legge 52 del 19 maggio 2022 allarga il numero di prestazioni eseguibili in farmacia ma la priorità della federazione e dei sindacati deve essere quella di costruire *ex novo* gli strumenti necessari per evolvere e rinforzare la qualità del sistema, evitando scorciatoie e incidenti che potrebbero bloccare l'evoluzione della farmacia come presidio sanitario territoriale. ■

[1] Sentenza TAR Sardegna n. 00223/2010 Reg.Sen., n. 01261/2009 Reg.Ric.
[2] Decreto legislativo 30 dicembre 1992, n. 502 "Riordino della disciplina in materia sanitaria, a norma dell'articolo 1 della legge 23 ottobre 1992, n. 421".
[3] La gestione dell'Azienda sanitaria. Sviluppi teorici e strumenti gestionali per governare il cambiamento, Capasso A., Pascarella G. (a cura di), Franco Angeli, Milano 2005, ISBN 88 464 6688 8.
[4] Organizzazione aziendale, Richard L. Daft, Apogeo 2010, ISBN 8850329482
[5] *iFarma* n.51, Aprile 2022, "Un sistema di qualità"

Club Salute, uno scudo per le farmacie

Così è stato definito il progetto di digitalizzazione del network, presentato alla convention di Cassano d'Adda. Tanti strumenti in più per offrire al paziente una soluzione sempre più personalizzata all'insegna dell'omnicanalità

di Laura Benfenati

Titolari attenti al progetto Club Salute che hanno coinvolto i loro collaboratori: questo è il segreto di una delle reti più dinamiche, che ha ottenuto anche nell'ultimo anno «risultati al di là delle aspettative», come ha raccontato il presidente Cesare Guidi alla *convention* annuale, svoltasi nella splendida cornice di Villa Borromeo a Cassano d'Adda.
«Siamo circondati da un mondo invisibile ma sempre più concreto», ha detto l'amministratore delegato Simone Castelli. «Oggi siamo una rete solida di 72 farmacie, con 22 in *format*, abbiamo comprato la farmacia Nizza a Milano e stiamo affrontando i cambiamenti con un grande investimento nella digitalizzazione. È stato creato un sito *corporate* ed è stata incrementata la comunicazione B2B per aumentare la *brand awareness*, abbiamo avviato campagne *drive to store* e un Crm, entro fine anno partirà il *local commerce* e a seguire l'*e-commerce* come "scudo" per le nostre farmacie. Tutti strumenti che in un'ottica multicanale guidano il consumatore verso la scelta della soluzione migliore per lui».

UN SOGNO AMBIZIOSO

Claudio Belotti, *coach*, proiettando un filmato in cui il presidente Kennedy annunciava che gli americani sulla Luna *dovevano*, non *potevano*, andare, ha spiegato ai titolari gli ingredienti fondamentali per non fallire in un progetto ambizioso: avere uno scopo, un piano, passione, perseveranza, prospettiva, una squadra, fierezza, principi. «Un sogno, una visione, dei *leader* che convincano altri, una squadra variegata, una organizzazione, un metodo, coraggio e motivazione, innovazione e marketing: voi avete tutte queste caratteristiche, potete andare su Marte e tornare indietro, perché questo è il momento».

IL PROGETTO DIGITALIZZAZIONE

«L'*omnichannel* è una strategia che cerca di gestire le vendite attraverso più canali e consente un'esperienza di acquisto coerente e continuativa sia da *desktop* sia da *mobile*», ha spiegato Davide Turatti, amministratore unico di Turatti Digital: «Fare un progetto di digitalizzazione significa costruire infrastrutture, significa integrazione di dati per la mappatura di tutte le informazioni provenienti dai diversi *touchpoint*, significa *local commerce* nel raggio di cinque chilometri tramite *app* e *web app*: fornire cioè a ognuna delle farmacie una piattaforma digitale per vendere farmaci anche su ricetta e consegna a domicilio, pure con *click and collect*. E poi *e-commerce* per far conoscere il marchio e la *mission* di Club Salute su tutto il territorio nazionale. E infine, Crm e approccio scientifico al marketing, con capacità di personalizzare la comunicazione».

«Continueremo a rispondere alle esigenze del mercato con etica, professionalità e scientificità. Non ci inventiamo nulla che non sia possibile fare, fidatevi»

Tre i macro obiettivi: migliorare la *customer experience* dei clienti delle farmacie grazie al *local commerce*, acquisire nuovi clienti, aumentare la forza del marchio Club Salute e dare visibilità alle farmacie che ne fanno parte. «Si tratta di uno scudo a tutela delle farmacie: l'utente viene collegato alla farmacia di riferimento».

NON SOLO CONSIGLIO, MA MOLTO DI PIÙ

«Non parliamo più di consiglio ma di consulenza», ha detto Erika Mallarini, docente Sda Bocconi, che ha raccontato quanto oggi la farmacia abbia un problema di ingressi post Covid, che il 69 per cento della popolazione compra o comprerebbe prodotti *on line*, che la fedeltà al *brand* è totalmente sparita ma le persone vorrebbero parlare con il farmacista in una stanza riservata: «In una nostra recente *survey* ci hanno detto che sarebbero disposti a cambiare farmacia per una che erogasse più servizi, teleconsulenza per esempio. Il digitale ci consente di applicare delle competenze professionali che altrimenti non avremmo modo di mettere in campo. E una rete è il modo per dare al paziente di più e meglio».
Il futuro di Club Salute, dunque?
«Continueremo a rispondere alle esigenze del mercato con etica, professionalità e scientificità», ha concluso Simone Castelli. «Non ci inventiamo nulla che non sia possibile fare, fidatevi. Perché la magia siamo innanzitutto noi farmacisti quando stiamo al banco, insostituibili, anche per un consumatore sempre più digitale». ■

ALCUNE IMMAGINI DELLA *CONVENTION* DI CLUB SALUTE NELLA SPLENDIDA VILLA BORROMEO DI CASSANO D'ADDA

© Robert Kneschke/shutterstock.com

Non si trovano farmacisti (né ragionieri)

Meglio postino che ragioniere, meglio insegnante che farmacista? Una storia vissuta nel mio studio che può essere cucita addosso a qualunque altra situazione professionale e aziendale

di Franco Falorni, Studio Falorni

Nei primi primi sei mesi di quest'anno ben quattro collaboratori hanno lasciato lo studio che dirigo per saltare su un'altra esperienza lavorativa. Per me è un insuccesso? Per i colleghi un abbandono? Mah.
Un insuccesso può darsi. Visto che tra i principi dello studio è ben in evidenza "*Promuovere una cultura d'impresa nel rispetto della Persona*", evidentemente ai collaboratori non sono state corrisposte tutte le opportunità per una loro emancipazione in ambito professionale, economico, umano e culturale. Di seguito, mettendomi la mano sul petto, provo a capire dove posso aver "toppato" sui cinque pilastri che determinano il buon lavoro, ovvero la Formazione, la Soddisfazione economica, il Clima, l'Emancipazione culturale, la Sensibilità umana.

PRIMO PILASTRO: LA FORMAZIONE

Se mi fermo a pensare, in studio facciamo sì formazione, ma non molto "*custom*". C'è poco tempo infatti per seguire passo-passo i collaboratori *junior*, al punto da auspicare l'autodidattismo, concedendo spesso un «... guardate cosa fanno i *senior*», oppure «nutritevi della formazione *on line*». E, per salvarci dagli attacchi della coscienza, «se avete bisogno non abbiate timore di inviarmi un WA». Questa è la cruda realtà, dovuta principalmente a una "burocrazia cattiva" che ruba il tempo al pensiero lento, all'approfondimento e alla formazione controllata, promossa e applicata. Questa è la cruda realtà di programmi gestionali che invece di velocizzare e semplificare la *routine* mettono i bastoni tra le ruote con "nuvole" che allungano, in modo assurdo, i tempi di elaborazione dei dati in attesa che i Giga si risveglino. E allora? Stiamo a guardare? Niente affatto: ci muoviamo come serpenti, ruggiamo come leoni alla ricerca continua di una combinazione aziendale che possa valorizzare il lavoro e dare risposte veloci ai clienti senza mai ricorrere a giochi di prestigio.

SECONDO PILASTRO: LA SODDISFAZIONE ECONOMICA

Il contratto di lavoro è sempre rispettato, magari il giovane neofita può passare attraverso un periodo di *stage* (anche se poco, ma pur sempre remunerato) e un periodo di contratto a tempo determinato. Queste forme di apparente precarietà sono sempre più un ricordo del passato perché oggi il mantra che guida il lavoro, la vita familiare e sociale è: tutto, tanto e subito. Un tempo l'imbocco lavorativo poteva prevedere, come già detto, forme di compensi minimi che, per un giovane uscito dalla scuola, erano un contributo a favorire un percorso di autonomia economica. Poteva considerarsi una speculazione ai danni del lavoratore in erba? Ma non pensiamoci proprio: era una forma di mutua utilità, per dare al giovane l'opportunità di imparare e al datore di lavoro di verificare se il ragazzo potesse essere da lì a poco (uno-due anni) stabilizzato, con reciproca soddisfazione. L'imprenditore, l'artigiano, il professionista hanno, come cromosoma principale del proprio Dna, il rispetto dell'etica e della dignità della persona. E quindi? La precarietà voluta e speculativa non fa parte del vivere e intendere l'azienda, la farmacia, lo studio professionale, la bottega. Sicuramente esistono "sacche" di inciviltà sociale, che altrettanto sicuramente però non rappresentano la dimensione imprenditoriale, ma quella dell'imbecillità speculativa di breve termine.

TERZO PILASTRO: IL CLIMA

In un'organizzazione lavorativa il clima è variabile. In azienda, la bonaccia costante (tra l'altro pericolosa) non esiste. Quando si scontrano correnti di alta e bassa pressione la perturbazione è inevitabile. Quando il Covid morde (come in questi anni), la stanchezza fisica e mentale sono al limite e il lavoro è sempre più pressante e alienante per una burocrazia lenta, il clima diventa insopportabile. In questo contesto le relazioni interne ed esterne si inaspriscono e le tensioni, che fino a ieri potevano entrare nel novero delle "tensioni professionali", si trasformano in tensioni patologiche che possono portare a strappi, ripensamenti, rotture insanabili tra datore di lavoro e collaboratori, o tra studio, clienti e *stakeholder*. In questi ultimi anni nel lavoro in studio, per non parlare di altri ambienti come farmacie, RSA, ospedali ecc., il clima è stato tellurico, tanto da portare molti a porsi la domanda: «Sono sicuro che il lavoro che sto facendo è quello che mi porterà alla pensione?». Il clima aziendale è senz'altro variabile, l'importante è saper "annusare", con l'anemometro del buon senso, quando e come cambia il vento per poter anticipare gli adeguati provvedimenti per neutralizzare la perturbazione.

QUARTO PILASTRO: L'EMANCIPAZIONE CULTURALE

Da sempre lo studio propone ai propri collaboratori, durante l'anno, incontri interni (riflessioni da parte di filosofi come Remo Bodei, imprenditori, critici d'arte, giornalisti, operatori sociali ecc.) o esterni (visite a mostre di pittura, viaggio in battello per scoprire il medioevo attraverso le case torri che si affacciano sull'Arno ecc.). Un'attività, questa, proposta sempre dall'alto; mai, dico mai, che qualche collaboratore proponga un qualcosa da approfondire. E qui mi chiedo: serve a qualcosa investire in cultura da parte di uno studio professionale? Credo di sì quando, facendo un *test*, scopro che almeno uno su trenta collaboratori ne abbia percepito i benefici immateriali chiamati a stimolare gioia e creatività.

QUINTO PILASTRO: LA SENSIBILITÀ UMANA

È con tanto orgoglio che lo studio promuove, forse senza riuscirci, l'allenamento dei cinque sensi del corpo umano: vista, udito, tatto, odorato, gusto. Guardare e vedere chi ti è di fronte; sentire e ascoltare le domande, a volte mute; accogliere con un abbraccio o una carezza; cogliere i profumi (e i puzzi) emanati da luoghi e persone; infine la bellezza delle cose buone da gustare, che non è detto siano sempre dolci o inviti conviviali ma anche la Bellezza delle cose vicine e più ordinarie.

QUATTRO CASI "DI STUDIO" E ALTRI ANCORA

Appoggiato ai cinque pilastri sopra elencati cerco dunque di dare una risposta alle dimissioni presentate in questi mesi da quattro collaboratori

impiegati nell'area contabilità dello Studio. Chiameremo i collaboratori con nomi di fantasia: Mariella, Mario, Mina, Marco.

Mariella (47 anni)
Un sabato sera di quest'anno ricevo una *mail*: "Le rassegno le mie dimissioni con effetto immediato. L'azienda che mi ha assunto mi ha chiesto la presenza da subito, ossia da lunedì prossimo". Mariella, nei cinque anni in studio, non aveva mai dato segno di tensione, anzi i segni erano di approvazione e di partecipazione alle iniziative. Ho chiesto ai legali se potevo farle causa per danni, non tanto per me, ma per aver messo in difficoltà i suoi colleghi in un momento di "turbolenta perturbazione". (Apro qui una parentesi: ma la solidarietà tra colleghi esiste? O la solidarietà, la sensibilità, l'attenzione nell'uso di parole e comportamenti devono esistere sempre tra il datore di lavoro e il collaboratore? Ma il valore della giusta reciprocità è sempre unilaterale?). Non è stato possibile chiedere indennizzi in aggiunta ai pochi giorni di mancato preavviso. Ingenuamente pensavo che le "dimissioni in tronco" fossero trattate come il "licenziamento in tronco" che vede sempre il datore di lavoro colpito da sanzioni morali, etiche e finanziarie. La mia rabbia non è maturata per le dimissioni ma per la modalità. Una modalità contraria a quanto ho cercato e cerco di promuovere nel lavoro e nella vita: relazioni chiare a viso aperto e a mani nude, non buonismi ma lealtà. Sempre.

Mario (42 anni)
Le dimissioni di Mario mi bruciano molto perché è una persona bella, amata da tutti. Mario, nel suo modo educato e imbarazzato, recentemente mi ha detto: «Dottore... mi dispiace ma... ho vinto un concorso alle Poste e... quando mi chiameranno dovrò lasciare lo studio». Replico con un: «Accipicchia, non me lo aspettavo. Cosa andrai a fare? Il ragioniere?». Mario, riprendendo fiato, mi risponde: «No dottore... no! Andrò a fare il postino! Il lavoro in uno studio professionale, che devo ringraziare tanto, non è per me. Troppa la tensione che non riesco a reggere». Cosa dire a Mario: grazie per essere stato con noi per un po' di tempo, regalandoci pennellate di vera umanità.

Mina (23 anni)
Nei giusti modi e nei tempi sbagliati ha scelto di interrompere il rapporto professionale (ragioniera molto giovane e molto brava) per finire velocemente i nove esami rimasti e conseguire la laurea magistrale in Economia aziendale. Anche a Mina ho detto grazie anche se, visto il momento, poteva aspettare l'inizio del prossimo anno.

Marco (40 anni)
Marco aveva un contratto a partita Iva. Ha avuto l'opportunità di trovare un lavoro in un altro studio commerciale vicino a casa, utile per risparmiare benzina e, più che altro, dare sicurezza alla madre anziana. A quelle di Mariella, Mario, Mina, Marco si possono aggiungere altre storie:
Ornella (37 anni, farmacista) ha deciso di attaccare il camice al chiodo, dopo dodici anni di lavoro al banco di una farmacia privata, per andare a fare la professoressa precaria al liceo della sua città. «Con i tamponi e i vaccini troppo *stress*», ha detto.
Lia (35 anni, farmacista), socia di una farmacia di famiglia, ha lasciato per incompatibilità con i parenti. «Meglio lavorare in una farmacia pubblica (dopo aver vinto il concorso) dove si lavora di meno e si guadagna di più», ha detto.
Stefano (29 anni, farmacista), bravo e ambizioso, ha dato le dimissioni dalla farmacia in cui ha lavorato per cinque anni saltando alla farmacia di un Gruppo, dove gli hanno offerto più soldi e possibilità di carriera (ha detto).
Carlo (45 anni, farmacista): «Nella farmacia di mio padre ho lavorato bene, mi ha lasciato spazi per diversificare le mie conoscenze; infatti a gennaio lascio la farmacia e partirò con tutta la mia famiglia per gli States a fare il lavoro che più mi piace: il disegnatore di fumetti», ha detto.
Antonio (33 anni) non è farmacista, aveva un buon lavoro nell'azienda agricola di famiglia. «Ho bisogno di sole, di mare e di surf», ha detto. Con un amico ha "comprato" uno stabilimento balneare.

IL DENOMINATORE COMUNE

Qual è il denominatore comune che lega tra loro le nove storie e che riesca a dirimere l'alternativa "Meglio fare il postino che il ragioniere? Meglio insegnare che fare la farmacista?".
La risposta l'ho trovata in una recente indagine compiuta dalla Fondazione dei Consulenti del Lavoro del giugno 2022.
Tra le tante informazioni, l'indagine rileva che tra gli "*aspetti considerati irrinunciabili nella ricerca del nuovo lavoro*", in una fascia di età fino a 39 anni, il primo posto spetta al "*miglioramento retributivo*" e il secondo a "*più tempo libero e/o migliore equilibrio psicofisico, minore stress*".
Seguono distanziati gli altri, quali: la *sicurezza lavorativa, la prospettiva di carriera, il migliore clima aziendale, la vicinanza a casa* e per ultimo, da non credere, *reputazione e prestigio dell'azienda.*
E quindi? Il fatto che non si trovi oggi, o sia difficile trovare, del personale preparato, appassionato e fedele non è di poco conto perché è un fenomeno strutturale dovuto al cambiamento culturale che la politica e la società, europea e internazionale, bene o male hanno prodotto. E quindi occorre rivedere i processi di lavoro ma, ancora di più, come sono impostate le relazioni interne ed esterne nei vari ambiti lavorativi. Ossia è necessario verificare se queste hanno carattere esclusivamente oggettivo, materiale e mercenario oppure se riescono a produrre Veri Valori per una crescita personale e collettiva. Mah, non so, oggi essere romantici non paga. Meglio essere guidati, nelle scelte del Fare e del Dover Essere, da sicuri algoritmi che non fanno commettere errori nemmeno ai robot.
Battute a parte: se mancano i ragionieri e mancano i farmacisti non diamo solo la colpa ai numeri chiusi delle università o a questo periodo di guerra vissuta.
Il tutto discende da un'accelerazione del cambiamento dovuto a un passaggio generazionale sconosciuto, a una tecnologia sempre più invasiva e perentoria, alla possibilità di mobilità territoriale, alla perdita di quell'ambizione al riconoscimento sociale tramite il lavoro svolto. Teniamo presente che il *turnover* lavorativo nelle medie-grandi aziende è sempre esistito; ma ora la domanda/offerta di talenti o di personale ordinario tocca anche le microimprese.
Questa necessità è la conseguenza

Una delle cause primarie di mobilità dei giovani è la ricerca di un lavoro che possa rilasciare "più tempo libero, migliore equilibrio psicofisico e minore stress"

naturale di bisogni e leggi che, pian piano, stanno cambiando quel tessuto connettivo della nostra società cercando di migliorare la dignità di tutti (speriamo). Di fronte a questo irreversibile cambiamento occorre imparare nuove tecniche di *recruiting* e nuove forme di incentivazione per mantenere collaboratori migliori. Cose dette e ridette, ma ora che il tempo è scaduto occorre attivarle.
Come ci indica l'indagine dei Consulenti del Lavoro, una delle cause primarie di mobilità dei giovani è la ricerca di un lavoro che possa rilasciare "*più tempo libero, migliore equilibrio psicofisico e minore stress*".
Tutti noi, che abbiamo a cuore la vita aziendale e la dignità delle persone, cercheremo di fare il possibile per migliorare il terreno e il clima di gioco.
Ma fino a quando le varie leggi che propongono-impongono innovazione in ambito sanitario, tecnologico, fiscale ecc. non riusciranno a mettere a terra e a far diventare praticabile quanto dall'alto viene dalle stesse stabilito, la burocrazia inutile, feroce e cattiva distruggerà il nostro impegno, aumentando lo *stress* e diminuendo il tempo libero. Trovare farmacisti e ragionieri diventerà sempre più difficile.

PER TRANQUILLIZZARE I MIEI CLIENTI
I posti dei quattro collaboratori dimissionari sono stati coperti. E quindi? Il lavoro continuerà con ancora più energia, passione e professionalità. «Evviva il cambiamento», disse il topo che un giorno non trovò più il formaggio che aveva accumulato nel suo deposito (*Chi ha spostato il mio formaggio*, di Spencer Johnson).

AD ARTICOLO FINITO: ALESSANDRA (35 ANNI)
Giovanni mi segnala un *post* che ha scritto per lodare e ringraziare la dottoressa Alessandra, che conobbi come studentessa e per aver discusso, con me, una tesi di Economia aziendale. Alessandra è sempre stata brava, penso, addirittura dalla nascita. Oggi era l'ultimo giorno di lavoro nella farmacia rurale sussidiata di Chianni. Si è avvicinata a casa di molti chilometri per lavorare in una farmacia più grande con diversi colleghi. Giovanni ha voluto ringraziarla con belle parole per aver dato a lui e alla zia Alda la possibilità di trovare una sostituta. La ricerca è stata lunga ma grazie alla solidarietà creata tra persone di buon senso e rispetto si è potuto concludere bene la difficile vicenda. Alessandra non farmacista mercenaria ma, semplicemente farmacista, con il lucido Caduceo sempre bene in vista.
I nove casi sopra raccontati devono essere letti per una riflessione ampia. È bastato il caso di Alessandra per rimettere in discussione tutto. ■

Un'unica realtà, fino all'ultimo miglio

Con CGM Pharmaone, CompuGroup Medical Italia consolida la strategia di sviluppo e investimenti nel mercato italiano. Coperte tutte le aree rilevanti della farmacia, dalla dispensazione del farmaco alla telemedicina, dai software gestionali ai servizi evoluti come la consegna a domicilio, grazie al recente ingresso in Pharmap

di Claudio Buono

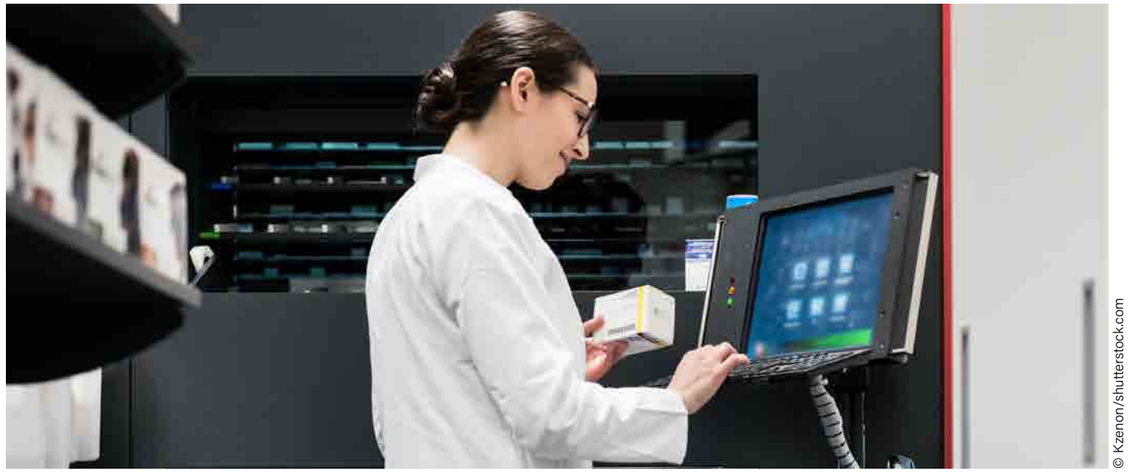
ALESSANDRO AVEZZA

CompuGroup Medical Italia (CGM), azienda *leader* nell'*e-health*, grazie alla neonata divisione CGM Pharmaone consolida il proprio ruolo strategico nel mercato italiano ed europeo delle soluzioni digitali per la farmacia, confermando la volontà di offrire ai titolari prodotti sempre più innovativi e personalizzati in grado di garantire una presa in carico tempestiva, efficace e sostenibile del cittadino. Ne parliamo con Alessandro Avezza, *General manager* di CGM Pharmaone e *Country manager* Italia.

Per cominciare, qual è la *mission* di CGM?
Sicuramente l'obiettivo primario di CompuGroup Medical Italia è quello di essere al servizio delle farmacie-clienti in tutta Italia. In questi ultimi anni, e in particolare durante il *lockdown*, il mondo della farmacia ha visto una notevole accelerazione del processo di *digital transformation*. Proprio sull'onda di tale cambiamento, CGM si propone come interlocutore per trattare a 360 gradi la tecnologia informatica affinché possa essere realmente d'aiuto ai titolari, facilitandoli nella loro attività quotidiana. Non a caso la nostra campagna istituzionale recita: "Sogniamo un mondo dove la tecnologia si prende cura delle persone". Ciò significa che puntiamo a semplificare la vita ai nostri clienti, cercando ogni giorno di migliorarci, perché per noi un cliente soddisfatto è la base di partenza non un punto di arrivo.

Di quali figure professionali è composto il vostro *team*?
Attualmente CGM consta di un totale di 350 professionisti specializzati nel mondo della farmacia, suddivisibili grossomodo in tre tipologie principali: i consulenti di vendita, i professionisti dell'assistenza e del supporto tecnico-procedurale e, infine, il personale più prettamente informatico che realizza le nostre soluzioni.
I consulenti di vendita rappresentano i primi interlocutori del farmacista: sono proprio loro che, assieme ai titolari, delineano l'infrastruttura tecnologica dell'esercizio in base alle esigenze specifiche che lo contraddistinguono. Questo perché ogni farmacia differisce dall'altra sotto vari aspetti (collocazione, specializzazione, dimensioni, bacino di utenza, orientamento...) e quindi, a seconda della sua tipologia e degli obiettivi che si pone il titolare, il nostro consulente di vendita lo aiuterà a disegnare la migliore configurazione possibile, vale a dire quella che offre la maggiore efficienza, che fa risparmiare più tempo, che rende i processi più fluidi.

In che modo vi proponete di semplificare la vita ai vostri clienti?
Sappiamo bene che oggi ciò che più conta è la disponibilità di tempo. Quindi le nostre soluzioni mirano principalmente a fornire una piattaforma unica, integrata e modulare che risponda pienamente al disegno strategico della farmacia e con cui essa possa gestire agilmente tutte le attività



© Kzenon/shutterstock.com

che le sono proprie, da quelle tradizionali a quelle correlate. In altre parole, la nostra strategia è orientata a fare in modo che il farmacista abbia un unico *partner* e interlocutore che si fa carico di tutte le fasi di gestione della farmacia, lasciandolo libero di prendersi cura dei propri clienti/pazienti.

Chi sta dietro il banco viene sempre seguito nel corso della sua attività?
Sì, certo. Ai nostri clienti garantiamo un servizio di assistenza h24, sette giorni su sette. Inoltre disponiamo di una *academy* (Wingesfar Academy) che propone tutta una serie di corsi tematici orientati ad aggiornare il farmacista, aiutandolo nell'affrontare con più sicurezza i momenti critici della propria attività; per esempio quando si trova nella necessità di dover migliorare la gestione degli ordini oppure la rilevazione dei costi in farmacia o, ancora, l'esposizione dei prodotti al pubblico. Non solo: ai titolari proponiamo anche veri e propri servizi di consulenza *ad personam* che li supportano nella gestione operativa della farmacia.

Veniamo ora a CGM Pharmaone: come nasce la nuova realtà di CGM?
Nel corso degli anni CGM ha consolidato la propria presenza nel mercato delle soluzioni digitali per il mondo sanitario, acquisendo storiche società come Qualità In Farmacia, Mondofarma, Farma3Tec e Vega Informatica & Farmacia, tutte già molto affermate e con un numero assai importante di clienti. Quest'anno un'operazione di fusione ci ha consentito di far confluire queste realtà in un'unica entità legale denominata CGM Pharmaone srl, cosicché ora clienti e fornitori possono fare riferimento a una singola struttura che lascia invariato il capitale umano e la composizione dei *team* di lavoro nei vari dipartimenti.

Quali sono i vantaggi di questa operazione?
Da un lato ci consente di avere una maggiore connotazione sul mercato e dall'altro di ampliare le nostre competenze e con esse i servizi offerti ai farmacisti. Servizi che in CGM Pharmaone vengono integrati in un'unica realtà che ha l'ambizione di coprire tutte le aree rilevanti della farmacia, dalla dispensazione del farmaco al consiglio, dalla telemedicina alla presa in carico del paziente, dai *software* gestionali ai *tool* che consentono agli utenti di prenotare le prestazioni sanitarie o che promuovono l'aderenza alle terapie per favorire una migliore gestione del percorso di cura, fino ai servizi evoluti come – per esempio – la consegna a domicilio dei medicinali.

Qualche dato, ora, sul vostro fatturato e il numero di farmacie supportate.
CGM Pharmaone consolida la propria *leadership* di mercato con un fatturato in crescita che ha già superato i 50 milioni di euro per l'intero anno 2021 e un *network* in costante espansione di oltre 11mila farmacie in tutta Italia.

Come intendete mettere a frutto i risultati fin qui ottenuti?
Posso affermare con certezza che CGM Pharmaone poggia su solide basi e i risultati ci permettono di consolidare la nostra strategia di sviluppo e investimenti nel mercato italiano. Tanto per cominciare, quest'anno abbiamo acquisito il 60 per cento di Pharmap, primo *player* nazionale nel settore della consegna al domicilio dei farmaci. L'operazione punta al rafforzamento dell'ecosistema delle soluzioni e dei servizi informatici e digitali dedicati al comparto farmacia. Inoltre, grazie alle nostre soluzioni *software*, ci consente di presidiare anche il cosiddetto "ultimo miglio", quello che porta il farmaco nelle case dei cittadini-pazienti e che durante la pandemia ha dimostrato la propria importanza strategica.

In conclusione, che ruolo pensate di poter svolgere nell'ambito del Pnrr?
Il Piano nazionale di ripresa e resilienza rappresenta una grande opportunità per il mondo della farmacia. Anche in questo ambito, CGM Pharmaone si pone come interlocutore dei titolari per consentire loro di utilizzare al meglio le risorse disponibili via via che verranno messe a disposizione dal bando. Coerentemente con gli obiettivi di rafforzamento della sanità digitale e delle cure domiciliari indicati nella Missione 6 Salute del suddetto Pnrr, la nostra *vision* è creare un ecosistema di servizi completo e integrato che valorizzi e supporti il ruolo della farmacia territoriale e che connetta il cittadino-paziente con il medico e la farmacia di fiducia, semplificando l'accesso alle terapie e migliorando gli esiti di salute. ■

MIXER

Saugella al fianco delle donne che affrontano la menopausa

La menopausa rappresenta il terzo momento più importante della vita di una donna, dopo il menarca e il parto. Edelman ha intervistato mille donne che stanno affrontando questo delicato passaggio: il 72 per cento dichiara di amare questa nuova fase della vita perché la considerano come un momento in cui dedicare più tempo a loro stesse, in cui si sentono più libere e spesso decidono di reinventarsi. Saugella, *brand* di proprietà di Mylan, a Viatris Company, che da oltre 40 anni si occupa dell'igiene intima e della femminilità di tutte le donne, per accompagnare le consumatrici durante il periodo della menopausa mette a loro a disposizione un servizio di consulenza che dà la possibilità di rivolgersi a una ginecologa per trovare risposta a qualsiasi domanda sul tema. Parallelamente lancia l'edizione limitata "NienteDiMeno", che consiste in Saugella Poligyn, un detergente intimo quotidiano a pH neutro con azione lenitiva ed emolliente, che aiuta ad alleviare fastidi e prurito, grazie anche agli estratti di camomilla e bisabololo, proposto in un formato promo da 750 ml. È possibile accedere al servizio di consulenza, valido fino a dicembre 2022, tramite il QR Code sulla confezione di Saugella Poligyn o direttamente sulla pagina "NienteDiMeno" sul sito di Saugella. *www.saugella.it*

ELETTO IL NUOVO CONSIGLIO DIRETTIVO DI FARMACIEUNITE

Cambio della guardia all'interno del Consiglio Direttivo di FarmacieUnite, organismo sindacale di categoria senza limitazioni territoriali, con qualche *new entry* e molte conferme. Si sono tenute lo scorso settembre le elezioni per il nuovo direttivo, che rimarrà in carica nel quadriennio 2022-2026. Franco Gariboldi Muschietti, storico fondatore dell'associazione, passa il testimone a Federico Conte, anch'esso co-fondatore e già vicepresidente nell'ottica della continuità e della collaborazione che emerge dall'assetto del nuovo direttivo. «Sono felice di poter consegnare idealmente nelle mani del neopresidente un'associazione in salute, che in questi nove anni ha notevolmente incrementato il numero di iscritti e non ha mai tradito i suoi principi di indipendenza, pur tra mille difficoltà, sposando una visione scevra da ordinamenti precostituiti», ha dichiarato Muschietti. «Sono certo che Federico Conte saprà continuare quel che è iniziato nel 2013 nello spirito che ha guidato FarmacieUnite, cogliendo e interpretando la necessità di uno sviluppo consapevole rispetto agli scenari che mutano a forte velocità. Ringrazio gli associati che anche in questa tornata elettorale mi hanno dato fiducia votandomi numerosi, anche dopo tutti questi anni di vita associativa. Auguro al presidente e al nuovo direttivo, che vede al suo interno le diverse anime della categoria, un proficuo lavoro». *www.farmacieunite.it*

CGM PHARMAONE CONSOLIDA LA SUA LEADERSHIP NEL MERCATO ITALIANO ED EUROPEO

Con un fatturato in crescita che ha già superato i 50 milioni di euro per l'anno 2021 e un *network* di oltre 11mila farmacie in tutta Italia, si consolida la *leadership* di mercato di CGM Pharmaone, divisione di CompuGroup Medical Italia specializzata nello sviluppo di soluzioni informatiche, digitali e prodotti in grado di supportare il farmacista nella gestione quotidiana della farmacia e di connetterlo con gli altri professionisti sanitari e con i cittadini-pazienti. Il *trend* positivo si riflette anche oltre i confini nazionali: nel 2021, infatti, CGM Pharmaone ha rafforzato la sua posizione in Europa, dove rappresenta oltre il 43 per cento del fatturato europeo del Gruppo per il comparto farmacia. I risultati ottenuti consentiranno a CGM Pharmaone di consolidare la propria strategia di investimenti e di crescita, per supportare la creazione di un ecosistema sanitario in grado di rispondere alla sfida del Pnrr legata al rafforzamento dell'assistenza territoriale. *www.cgm.com*

DESTINI SPAZZATI DAL VENTO DELLA STORIA

Nei primi giorni del 2020, mentre l'ombra del Covid-19 inizia a offuscare il mondo e a monopolizzare l'attenzione dei media, sulle coste della piccola isola di Lampedusa vengono ritrovati i corpi sfigurati di tre anonimi sub. I cadaveri, accomunati dai resti di una costosa muta sportiva e da alcuni strani tatuaggi, riaffiorano, insieme a un enorme quantitativo di panetti di hashish, alcuni vecchi negativi e a un'agenda, sulle spiagge dell'isola a distanza di poche settimane l'uno dall'altro. Silvia Nocera, farmacista e consigliere di Federfarma Agrigento, in *Portati dal vento*, edito da Dialoghi, descrive una Lampedusa grigia e ventosa, molto diversa da quella dell'immaginario turistico/vacanziero, in cui si muovono personaggi complessi e realistici. Questa vicenda dal doppio volto metterà fin da subito il commissario Chiara Dall'Oglio davanti a un'indagine che diventa ben presto anche introspettiva: da un lato le rotte del narcotraffico la costringeranno a fare i conti con il suo doloroso passato, dall'altro il contenuto di negativi e agenda la porterà indietro fino alla Berlino del Muro e della guerra fredda. Un viaggio in cui esistenze divise dal tempo e dallo spazio incroceranno i loro destini e il senso di giustizia del commissario Dall'Oglio renderà memoria a decine di vittime dimenticate e seppellite dalla Storia. *www.edizionidialoghi.it*

IL PRESIDENTE DI FARMINDUSTRIA PER LA SETTIMANA EUROPEA DELLE BIOTECNOLOGIE

MARCELLO CATTANI

«Il settore biofarmaceutico in Italia è un *driver* di crescita fondamentale, solido e in continua espansione», ha dichiarato Marcello Cattani, presidente di Farmindustria, in occasione della Settimana Europea delle Biotecnologie. «I farmaci biologici/biotecnologici, incluse le terapie avanzate, rappresentano il 40 per cento del totale degli studi clinici in Italia (fonte Aifa) e circa il 50 per cento (Fonte Citeline 2022) della *pipeline* di ricerca a livello globale. Una quota destinata a crescere ancora nei prossimi anni. I medicinali sviluppati sul profilo genetico del paziente e le terapie geniche, per correggere le parti del Dna che determinano la malattia, sono già realtà. L'Italia ha un ruolo di primo piano nella ricerca a livello europeo, una *leadership* che richiede però un contesto in grado di attrarre sempre più investimenti, in uno scenario di competizione globale che vede l'Europa nella necessità di colmare velocemente il *gap* accumulato rispetto a Usa e Cina. Per questo chiediamo che l'Italia realizzi con urgenza una strategia nazionale per migliorare la *governance* della spesa, gli incentivi agli investimenti e il quadro regolatorio. A questo proposito è prioritario completare l'emanazione dei decreti ministeriali indispensabili per la piena attuazione del Regolamento Europeo sugli Studi Clinici. Il nostro Paese può vincere la sfida in corso – conclude Cattani – grazie alle eccellenze del *network* pubblico e privato, alle risorse del Pnrr e agli investimenti delle nostre imprese».

MEDIVIS DOC

Doc acquisisce il portafoglio prodotti di Medivis

DOC, secondo operatore nel mercato italiano dei farmaci equivalenti e da cinque anni presente nel mercato oftalmologico nazionale, ha annunciato di aver firmato un accordo definitivo per acquisire il portafoglio prodotti di Medivis mediante l'acquisizione dell'intero capitale di Nuova Oftalmica, azienda che include il portafoglio prodotti oggi commercializzati da Medivis. Le due società hanno inoltre finalizzato un accordo di collaborazione per lo sviluppo di prodotti innovativi in campo oftalmico, in quanto Medivis concentrerà la sua attività esclusivamente in ambito ricerca e sviluppo. «Siamo orgogliosi di quanto costruito in questi anni in campo oftalmologico grazie alla stretta collaborazione con la classe medica, offrendo ai pazienti un'ampia gamma di prodotti di qualità», ha dichiarato Riccardo Zagaria, ceo di DOC. «Questo ulteriore rafforzamento del nostro listino oftalmico con l'ingresso di marchi *leader* come Iodim® e Cortivis® rafforza la nostra posizione tra le prime aziende del mercato. La collaborazione con Medivis ci permetterà, inoltre, di lanciare nei prossimi anni in Italia prodotti innovativi frutto della sua ricerca». Gli fa eco Nello Mangiafico, presidente di Medivis: «Medivis in questi anni ha portato sul mercato numerose innovazioni, ora abbiamo deciso di tornare alle nostre origini concentrando tutte le nostre energie su ricerca e sviluppo. Siamo contenti di aver siglato questo accordo, che possiamo definire *win-win*, tra Medivis che potrà accelerare lo sviluppo delle sue piattaforme di innovazione in oftalmologia e DOC che vedrà potenziata la sua proposta competitiva sul mercato». *www.docgenerici.it*

FARMACI

Un principio attivo poco conosciuto

Nella stagione prediletta dalle gastroenteriti virali, è essenziale aver presente i principali antiemetici che inibiscono il vomito, tra i quali alizapride

di Giada Mei

In questa stagione, nella maggior parte dei casi, chi entra in farmacia lamentando i sintomi di una "influenza intestinale" è affetto da una gastroenterite virale che richiede un antiemetico capace di agire a livello centrale. Il vomito di per sé può comunque dipendere anche da un'infezione batterica, da deficit dell'apparato vestibolare o essere relazionabile a una chemioterapia.
Gli antiemetici più comuni si basano su principi attivi antagonisti della dopamina: esplicano la loro attività attraverso l'antagonizzazione dei recettori dopaminergici D2, presenti a livello della *Chemoreceptor Trigger Zone (Ctz)*, che rileva le sostanze emetogene presenti nell'organismo e invia le informazioni al centro del vomito, modulandone l'attività.
Tra questi la metoclopramide è la molecola più diffusa, ma non è l'unica: l'alizapride, per esempio, meno nota al pubblico, è disponibile da tempo e molto impiegata a livello ospedaliero. Pur appartenendo entrambe le molecole alla famiglia delle benzamidi, alizapride risulta tre volte più potente, da quanto emerso in contesti sperimentali.
In alcuni studi clinici di confronto, alizapride ha anche fornito risultati paragonabili se non superiori alla metoclopramide. Per esempio uno studio in doppio cieco in pazienti trattati con chemioterapia antimitotica, ha evidenziato 24 risultati buoni o eccellenti e 4 nulli con alizapride e 16 risultati buoni o eccellenti e 13 nulli con metoclopramide, mostrando quindi un maggiore effetto da parte di alizapride. Un altro studio che ha confrontato alizapride a metoclopramide (quest'ultima ad alte dosi), sempre in pazienti in trattamento chemioterapico, ha mostrato un'analoga risposta in termini di controllo degli episodi di vomito.
Uno studio in aperto realizzato coinvolgendo bambini con vomito associato a infezione gastrointestinale acuta o Orl, reflusso gastroesofageo o attacco di malaria, ha mostrato come, sotto trattamento con alizapride, il vomito si sia completamente risolto nel 71,4 per cento dei casi. Globalmente, l'efficacia valutata in base alla frequenza di episodi di vomito, ai cambiamenti di peso e al giudizio clinico dei ricercatori è stata considerata eccellente o buona nel 81,6 per cento dei casi e il valore terapeutico di questo farmaco si è dimostrato significativo per questa indicazione.
Gli effetti secondari sono sostanzialmente sovrapponibili per alizapride e metoclopramide, e solitamente di lieve entità.
È importante tenere presente che, allo stesso modo di metoclopramide, alizapride è controindicata nei pazienti affetti da malattia di Parkinson (entrambi possono esacerbare la malattia) o da epilessia (potrebbero facilitare la comparsa di convulsioni) e nelle donne in gravidanza.
Alizapride rappresenta quindi un utile strumento terapeutico supportato da anni di impiego, dando prova di saper risolvere anche le situazioni più difficili, come il vomito conseguente a chemioterapia.
È un farmaco che richiede prescrizione medica e la dose raccomandata è di 2-4 compresse al giorno. ■

FONTI

Bleiberg H. Cancer Chemother Pharmacol 1988; 22: 316-20
Kassi M. Ann Pediatr 1990; 37: 131-4.
Oberling F. Ann Gastroenterol Hepatol 1984; 20: 59-61
Seng KT et al. Br J Clin Pharmac 1994; 38: 282 - 4

Speciale

NUTRIENTI e SUPPLEMENTI

32. Celiaci a rischio steatosi epatica?
Uno studio analizza il consumo di prodotti senza glutine per indagare la relazione tra aumento del rischio alterazioni metaboliche e composizione nutrizionale degli alimenti

33.Complicanze orali da nefropatia cronica: un aiuto dall'integrazione
Maggiormente predisposti a patologie come la malattia parodontale o la candidosi, i pazienti nefropatici possono giovarsi di interventi correttivi con composti naturali bioattivi come polifenoli e carotenoidi

34.Vitamina D e fratture: una relazione da rivedere?
Un *trial* a stelle e strisce porta a riconsiderare il ruolo dell'ormone, da sempre legato alla prevenzione dei rischi da osteoporosi. Ma per Andrea Giustina (San Raffaele) occorre prudenza sui dati pubblicati nello studio

www.nutrientiesupplementi.it

© baibaz/shutterstock.com

Celiaci a rischio steatosi epatica?

Uno studio analizza il consumo di prodotti senza glutine per indagare la relazione tra aumento del rischio alterazioni metaboliche e composizione nutrizionale degli alimenti

di Nicola Miglino

Recentemente è stato segnalato un aumento del rischio di steatosi epatica non alcolica in pazienti con celiachia, costretti a seguire una dieta priva di glutine. Principale indiziata, la composizione nutrizionale degli alimenti senza glutine confezionati. Ipotesi, però, non sufficientemente indagata. Un utile contributo al tema arriva da uno studio di alcuni ricercatori bolognesi pubblicato su *Nutrients*. Ne abbiamo parlato con Francesco Tovoli, del dipartimento di Scienze mediche e chirurgiche dell'Università di Bologna e coordinatore dello studio.

Professor Tovoli, su quali basi è nata l'idea di questa ricerca?
I prodotti dietoterapici senza glutine hanno rivoluzionato l'alimentazione dei pazienti celiaci, consentendo una riduzione delle problematiche nella gestione della dieta aglutinata grazie alle loro sempre maggiori diffusione e palatabilità.
Diversi studi in vari Paesi hanno mostrato che la loro composizione nutrizionale è caratterizzata da un maggiore contenuto di lipidi e carboidrati e un minore tenore di fibre rispetto ai corrispettivi prodotti contenenti glutine.
Per questo motivo, tali prodotti vengono spesso ritenuti i principali indiziati del maggior rischio di sindrome metabolica e steatosi epatica riscontrato nei pazienti celiaci dopo l'inizio della dieta senza glutine. Tuttavia, il reale nesso tra questi prodotti e le alterazioni metaboliche non era mai stato indagato, contribuendo a generare incertezze e timori.

Com'è stato condotto lo studio?
Lo studio è stato svolto coinvolgendo attivamente i pazienti con malattia celiaca che vediamo settimanalmente presso i nostri ambulatori. A tutti coloro che fossero in dieta aglutinata stretta da almeno sei mesi è stato somministrato un questionario ed effettuata un'ecografia per verificare se fosse presente steatosi epatica. Il questionario era di rapida compilazione e chiedeva informazioni sul consumo di nove diverse categorie di prodotti senza glutine: farine, pane e prodotti da forno, pasta, cereali per la colazione, biscotti e torte per la colazione, *snack* dolci, *snack* salati, cibi pronti dolci, cibi pronti salati. È stato calcolato un punteggio che misurava il consumo complessivo di prodotti dietoterapici senza glutine e diversi punteggi per le singole categorie. Abbiamo infine verificato se i punteggi fossero diversi tra i pazienti con e senza steatosi epatica, una volta tenuto conto dei fattori di confondimento.
Quali risultati avete potuto osservare?
Abbiamo notato come si confermasse un dato già evidenziato in un nostro precedente studio, cioè la presenza di steatosi epatica in un discreto numero di pazienti con celiachia a dieta, pari a circa il 30 per cento, senza risparmio dei magri e dei giovani. Questo dato era correlato a un più alto punteggio globale del questionario, indipendentemente dai classici fattori di rischio come sovrappeso, diabete, colesterolo, trigliceridi. Alti consumi di tre categorie di prodotti erano particolarmente associati alla presenza di steatosi: pane e prodotti da forno, cibi pronti salati e cibi pronti dolci.

Quali conclusioni se ne possono trarre nella pratica clinica?
I prodotti dietoterapici senza glutine non devono essere demonizzati come categoria *in toto*, ma bisogna prestare attenzione alle quantità introdotte nell'alimentazione quotidiana, perché consumi troppo alti possono portare a steatosi epatica. Nel caso di alcuni specifici cibi, questa tendenza è particolarmente elevata e pertanto il loro consumo va monitorato con più attenzione. Il nostro studio può fornire ai colleghi che seguono pazienti celiaci un rapido metodo per verificare quali avviare a una più approfondita valutazione nutrizionale per ridurre il rischio.

Complicanze orali da nefropatia cronica: un aiuto dall'integrazione

Maggiormente predisposti a patologie come la malattia parodontale o la candidosi, i pazienti nefropatici possono giovarsi di interventi correttivi con composti naturali bioattivi come polifenoli e carotenoidi

di Nicola Miglino

Vuoi per complicanze legate alla malattia o per restrizioni nutrizionali concomitanti, i pazienti con nefropatia cronica (Mrc) sono maggiormente predisposti allo sviluppo di patologie del cavo orale. Una recente *review*, pubblicata su *Nutrients* e coordinata da Annalisa Noce, associato di Nefrologia all'Università di Roma Tor Vergata, ha fatto il punto su possibili interventi correttivi con composti naturali bioattivi, come polifenoli e carotenoidi.

Professoressa Noce, quali sono le principali carenze nutrizionali nel paziente nefropatico?
Nel paziente nefropatico, soprattutto in quello affetto da uremia terminale, si osservano carenze vitaminiche del gruppo B e ridotti livelli di vitamina D, C ed E. Tale fenomeno è correlato allo stress ossidativo, alla gastrite uremica e alla perdita di macro e micronutrienti che avviene durante il trattamento dialitico. Inoltre, i pazienti affetti da Mrc devono seguire alcune restrizioni alimentari per evitare un eccessivo *intake* di potassio e fosforo. Queste restrizioni nutrizionali sono a loro volta coinvolte nella riduzione dei livelli sierici di acido folico. I pazienti affetti da Mrc presentano, inoltre, una acidosi metabolica che, se non corretta con la terapia farmacologica e nutrizionale, induce la proteolisi muscolare per attivazione del sistema ubiquitina-proteasoma, con conseguente esacerbazione della sarcopenia età correlata.
Quali le manifestazioni sistemiche con ripercussioni sulla salute orale?
I pazienti affetti da Mrc sono maggiormente predisposti allo sviluppo delle patologie del cavo orale in quanto è presente un legame bidirezionale tra queste due condizioni patologiche, ossia l'una influenza la presenza e la progressione dell'altra. Nello specifico, in corso di Mrc si sviluppa uno stato infiammatorio cronico di basso grado dovuto a uno sbilanciamento tra la produzione delle citochine pro-infiammatorie e quelle antinfiammatorie, a vantaggio delle prime. Tale stato infiammatorio può predisporre allo sviluppo delle patologie del cavo orale. Un'altra possibile causa di malattie del cavo orale nei pazienti nefropatici è la disbiosi del microbiota della cavità orale, che non permette più alla flora microbica orale di esercitare un'azione protettiva nei confronti dei patogeni che risiedono nella cavità orale.
Le più comuni condizioni patologiche del cavo orale che si riscontrano nei pazienti nefropatici sono la malattia parodontale, la disgeusia, la xerostomia, la candidosi e l'ipoplasia dello smalto, soprattutto se la Mrc insorge in età pediatrica. Inoltre, il paziente nefropatico risulta maggiormente suscettibile a contrarre infezioni da Cmv, da Hspv e può presentare un ritardo nella guarigione dei tessuti e una maggiore frequenza di ematomi, petecchie e sanguinamento della mucosa orale. Queste ultime condizioni sono dovute all'anemia normocromica e normocita, tipica della Mrc, e alla disfunzionalità piastrinica.
Quali sono le parti più colpite del dente?
Nei pazienti con Mrc, ulteriori alterazioni della cavità orale sono dovute all'alterazione del metabolismo del calcio-fosforo, che induce la *Chronic kidney disease-mineral bone disorder*, o Ckd-Mbd.
A livello della cavità orale, la Ckd-Mbd è caratterizzata dalla demineralizzazione dell'osso alveolare, dalla riduzione dell'osso trabecolare, dalla diminuzione dello spessore dell'osso corticale, dalle calcificazioni metastatiche dei tessuti molli, da lesioni fibrocistiche,

da aree osteolitiche, dalla frattura della mandibola (spontanea o dopo procedure odontoiatriche), da una guarigione ossea anomala a seguito di una estrazione e, a volte, dalla mobilità dei denti secondaria alla perdita di sostanza ossea.

Che interventi suggerire sotto il profilo tipo nutrizionale?

In questo contesto, una nuova possibile strategia terapeutica potrebbe essere rappresentata dai composti naturali bioattivi, tra cui rivestono un ruolo chiave i polifenoli e i carotenoidi. Diversi studi in vivo e in vitro hanno evidenziato le loro possibili azioni benefiche: antinfiammatoria, antimicrobica, antimicotica, antiossidante, cardioprotettiva e neuroprotettiva. Tali sostanze potrebbero essere utili nel contrastare l'insorgenza e la progressione delle patologie della cavità orale nei pazienti nefropatici, agendo mediante diversi meccanismi: inducendo una modulazione positiva del microbiota orale, contrastando la disbiosi e riducendo la suscettibilità alle infezioni orali. Grazie alla loro azione antinfiammatoria, sono utili nella prevenzione e nel trattamento delle malattie infiammatorie orali come la malattia parodontale e svolgono, inoltre, effetti antiossidanti, prevenendo lo stress ossidativo. Ulteriore punto di forza dei composti naturali bioattivi è che sono scevri da effetti collaterali e possono essere somministrati anche in pazienti che assumono una polifarmacoterapia. ■

Vitamina D e fratture: una relazione da rivedere?

Un trial a stelle e strisce porta a riconsiderare il ruolo dell'ormone, da sempre legato alla prevenzione dei rischi da osteoporosi. Ma per Andrea Giustina (San Raffaele) occorre prudenza sui dati pubblicati nello studio

di Nicola Miglino

Un'integrazione di vitamina D non serve a ridurre il rischio di fratture nelle donne over 50. Queste le conclusioni di uno studio pubblicato lo scorso luglio sul *New England journal of medicine* che ha provocato uno scossone tra gli addetti ai lavori, con Nicola Magrini, direttore generale dell'Agenzia italiana del farmaco, che ha annunciato una probabile revisione a breve della Nota 96 che già aveva determinato "un utilizzo più mirato di questo farmaco, producendo un risparmio di diverse decine di milioni l'anno". Magrini, inoltre, auspica una "campagna di sensibilizzazione" e "un nuovo lavoro più stretto con le Regioni sull'ambito dell'appropriatezza prescrittiva".

Cosa dice lo studio? Si tratta di un'analisi cosiddetta ancillare del *trial* Vital, disegnato per valutare il ruolo preventivo di acidi grassi omega-3 (1 g/die) e vitamina D (2.000 Ui/die) su cancro e malattie cardiovascolari in uomini over 50 e donne over 55. La nuova ricerca ha preso in esame l'azione preventiva di una supplementazione di vitamina D 2.000 Ui/die sul rischio frattura in un campione di 25.871 partecipanti, per il 50,6 per cento donne, con un *follow up* di 5,3 anni. Il confronto era con placebo e il campione non era stato selezionato sulla base dei livelli ematici di vitamina D, piuttosto che di densità minerale ossea o presenza di osteoporosi. I risultati non hanno messo in evidenza nessuna differenza tra il gruppo attivo e il placebo nell'incidenza di fratture totali, non vertebrali o del bacino. Tra i limiti dello studio, riconosciuti dagli Autori, l'aver preso in considerazione un solo dosaggio di vitamina D e non aver considerato come criterio di selezione iniziale dei partecipanti eventuali stati di ipovitaminosi D. Infine, sottolineano come i risultati non possano essere fatti valere anche per adulti con osteoporosi o anziani in strutture residenziali.

Quali le implicazioni, dunque, di questo studio? Steven Cummings e Clifford Rosen, in un editoriale di commento sullo stesso numero della rivista, sottolineano come "si dovrebbero riconsiderare i termini di *insufficienza o carenza* di vitamina D. Il fatto che la vitamina D non abbia alcun effetto sulle fratture dovrebbe mettere la parola fine alle sue possibilità di impiego nella popolazione generale a questo scopo. L'aggiunta di questi risultati a quelli dei precedenti rapporti Vital e di altri studi che mostrano la mancanza di un effetto nella prevenzione di numerose condizioni, da quelle cardiovascolari a quelle neurologiche o infettive, suggeriscono l'inutilità di *screening* per determinare i livelli ematici di 25-idrossivitamina D o di raccomandare un'integrazione per prevenire gravi malattie o prolungare la vita".

Su queste evidenze abbiamo chiesto un commento ad Andrea Giustina, direttore dell'Istituto di Scienze endocrine e metaboliche dell'Università Vita-Salute San Raffaele e Irccs Ospedale San Raffaele di Milano.

Il fallimento dei grandi *trial*

«Niente di nuovo sotto il sole. Purtroppo i grandi *trial*, della cui schiera il Vital fa parte, nei quali tante speranze erano state riposte negli ultimi dieci anni per stabilire l'efficacia una volta per tutte della vitamina D su *endpoint* scheletrici ed extra-scheletrici, sono miseramente falliti. Niente di personale con chi li ha condotti: colleghi nordamericani autorevoli e stimati che peraltro avevano già pubblicato i loro dati negativi sul *New England* nel 2018. Il paradosso sta più nella geografia che nella medicina. Infatti, i pochi che si potevano permettere di sostenere un *trial* di questa

© harrygit/shutterstock.com

portata, sia per aspetti economici sia organizzativi, erano proprio i ricercatori a stelle e strisce, ma nel loro Paese la carenza di vitamina D oramai non esiste quasi più. Moltissimi americani, infatti, assumono supplementi di vitamina D e cibi con essa fortificati e non ha purtroppo nessun senso clinico somministrare un ormone a chi non ne è carente: se va bene questa pratica si rivela inefficace e se va male provoca effetti collaterali anche gravi. Il Vital ha arruolato 26mila soggetti circa, senza preoccuparsi di quali valori di vitamina D avessero all'inizio dello studio, tanto che solo poco più della metà aveva eseguito un prelievo di sangue per il dosaggio della vitamina D. Errore fatale. Sapete quanti dei relativamente pochi soggetti in cui la vitamina D era stata misurata sono risultati carenti, cioè con livelli che le nostre conferenze di consenso giudicano gravemente deficitari, sotto ai 20 ng/ml? Il 12,7 per cento: poco più di uno su dieci. Pare incredibile, ma così riportano gli stessi Autori. E c'è di più. Lo studio ha seguito i soggetti per circa cinque anni, ma uno straccio di misurazione della vitamina D non è mai riportato durante questo lunghissimo *follow-up* e non sono moltissime le condizioni in cui, anche somministrando dosi ottimali di vitamina D, gli effetti sono attenuati, tra cui principalmente l'obesità, di dimensioni epidemiche in Nord America. Non a caso faccio riferimento all'obesità, dato che proprio gli stessi autori del Vital negativo riportarono due anni dopo su *Jama open* un'analisi *post hoc* che smentiva i loro stessi dati riportando un effetto protettivo della vitamina D sull'insorgenza di tumori nei soggetti normopeso. Naturalmente, non deve essere letta nessuna nota di biasimo nelle mie parole nei confronti dei colleghi. È assolutamente legittimo che ogni ricercatore desideri pubblicare i risultati delle sue ricerche in buona fede e riconoscendone in pieno i limiti. Sta poi, *in primis*, alla rivista scientifica che si avvale di revisori esterni deciderne la pubblicazione: raramente studi negativi come questo, strettamente imparentati con risultati già pubblicati, trovano spazio su riviste prestigiose come il *New England*. E sta alla comunità scientifica dare alla pubblicazione il peso che merita attraverso approfondita critica e discussione e, infine, al decisore trasferire questi dati nella pratica clinica di un Paese».

Massima cautela (e metodo scientifico)

«A questo proposito – prosegue Giustina – permettetemi un'ultima serie di considerazioni. Purtroppo, e tristemente, su tematiche di fondamentale importanza per la salute spesso assistiamo al radicalizzarsi di posizioni a favore o contro una determinata materia: pro vax vs no vax, ma anche proD vs noD e con associazioni ardite tipo pro vax e noD. Questo non ha nulla a che fare con il metodo scientifico, ma solo con la strumentalizzazione di evidenze scientifiche a fini ideologici. Il mio consiglio a tutti, inclusi gli editorialisti di *New England* e le nostre Autorità regolatorie, è di essere prudenti. Dati epidemiologici italiani dimostrano come la carenza di vitamina D sia ampiamente diffusa sul nostro territorio, molto più che quel dieci per cento del Vital, e i nostri studi sulla popolazione Covid-19 lo confermano in modo incontrovertibile. Massima cautela, quindi, nel trasferire dati americani così poco affidabili nel nostro Paese che, prima di ulteriormente restringerne l'uso, deve ancora compiere un lungo percorso di prevenzione dell'ipovitaminosi D pensando a misure concrete e simili ai Paesi scandinavi, dove sussiste il paradosso della mancanza di sole con i livelli più alti di vitamina D nella popolazione grazie alla fortificazione dei cibi. Sento spesso parlare della vitamina D come farmaco. Consiglio prudenza anche su questo. Prima di prendere decisioni affrettate e potenzialmente pericolose, mi permetto, quindi, di consigliare di affrontare il problema dell'ipovitaminosi D nel nostro Paese in modo organico, dalla prevenzione con cibi fortificati, all'individuazione, con l'ausilio della comunità scientifica, di strumenti semplici su base anamnestico-clinica da fornire alla medicina del territorio per individuare i soggetti più a rischio e quindi meritevoli di un dosaggio dell'ormone che ne confermi la carenza e quindi l'indicazione al trattamento, evitando costosi e, forse, inutili *screening* di massa». ■

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*

RCP Enterogermina® 4 Miliardi/5 ml

RIASSUNTO DELLE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO

1. DENOMINAZIONE DEL MEDICINALE

ENTEROGERMINA 4 miliardi / 5 ml sospensione orale

2. COMPOSIZIONE QUALITATIVA E QUANTITATIVA

Un flaconcino contiene:

Principio attivo:

Spore di *Bacillus clausii* poliantibiotico resistente (ceppi SIN, O/C, T, N/R) 4 miliardi

Per l'elenco completo degli eccipienti, vedere paragrafo 6.1

3. FORMA FARMACEUTICA

Sospensione orale.

4. INFORMAZIONI CLINICHE

4.1 Indicazioni terapeutiche

Cura e profilassi del dismicrobismo intestinale e conseguenti disvitaminosi endogene.

Terapia coadiuvante il ripristino della flora microbica intestinale, alterata nel corso di trattamenti antibiotici o chemioterapici.

Turbe acute e croniche gastro-enteriche dei lattanti, imputabili ad intossicazioni o a dismicrobismi intestinali e a disvitaminosi.

4.2 Posologia e modo di somministrazione

Posologia

Adulti: 1 flaconcino al giorno.

Lattanti e bambini: 1 flaconcino al giorno.

Modo di somministrazione

Assumere il contenuto del flaconcino tal quale o diluendo in acqua o altre bevande (ad es. latte, the, aranciata).

Questo medicinale è per esclusivo uso orale. Non iniettare né somministrare in nessun altro modo (vedere paragrafo 4.4).

4.3 Controindicazioni

Ipersensibilità al principio attivo o ad uno qualsiasi degli eccipienti elencati al paragrafo 6.1.

4.4 Avvertenze speciali e precauzioni d'impiego

Avvertenze speciali

Batteriemia/sepsi

Dopo l'immissione in commercio sono stati segnalati casi di batteriemia, setticemia e sepsi in pazienti immunocompromessi o gravemente malati e in neonati pretermine. Nel caso di alcuni pazienti malati in condizioni critiche, l'esito è stato fatale. ENTEROGERMINA deve essere evitato in questi gruppi di pazienti (vedere paragrafo 4.8).

Questo medicinale è solo per uso orale. Non iniettare o somministrare per altre vie. Un uso non corretto del medicinale ha provocato reazioni anafilattiche gravi come shock anafilattico.

Precauzioni d'impiego

Nel corso di terapia antibiotica si consiglia di somministrare il preparato nell'intervallo fra l'una e l'altra somministrazione di antibiotico.

L'eventuale presenza di corpuscoli visibili nei flaconcini di ENTEROGERMINA è dovuta ad aggregati di spore di *Bacillus clausii,* non è pertanto indice di prodotto alterato.

Agitare il flaconcino prima dell'uso.

4.5 Interazioni con altri medicinali ed altre forme d'interazione

Non sono stati effettuati studi di interazione.

4.6 Fertilità, gravidanza e allattamento

Gravidanza

Non sono disponibili dati relativi all'uso di Enterogermina in donne in gravidanza; pertanto non è possibile trarre conclusioni sulla sicurezza dell'uso di Enterogermina durante la gravidanza.

Enterogermina deve essere usata durante la gravidanza solo se i potenziali benefici per la madre superano i potenziali rischi, compresi quelli per il feto.

Allattamento

Non sono disponibili dati relativi all'uso di Enterogermina durante l'allattamento relativamente alla composizione del latte materno e agli effetti sul bambino. Non è possibile trarre conclusioni sulla sicurezza dell'uso di Enterogermina durante l'allattamento.

Enterogermina deve essere usata durante l'allattamento solo se i potenziali benefici per la madre superano i potenziali rischi, compresi quelli per il bambino allattato al seno.

Fertilità

Non sono disponibili dati sull'effetto di Enterogermina sulla fertilità umana.

4.7 Effetti sulla capacità di guidare veicoli e sull'uso di macchinari

Enterogermina non altera la capacità di guidare veicoli o di usare macchinari.

4.8 Effetti indesiderati

Durante il trattamento con questo medicinale sono stati osservati i seguenti effetti indesiderati, classificati secondo la classificazione MedDRA per classe di organi e in base alle seguenti classi di frequenza:

Molto comune (≥1/10); Comune (≥1/100,<1/10); Non comune (≥1/1.000,<1/100); Raro (≥1/10.000,<1/1.000); Molto raro <1/10.000); Non nota (la frequenza non può essere definita sulla base dei dati disponibili).

Classificazione per sistemi e organi	Comune	Non comune	Raro	Molto raro	Non nota
Infezioni ed infestazioni					Batteriemia, setticemia e sepsi (in pazienti immunocompromessi o gravemente malati) (vedere paragrafo 4.4)
Patologie della cute e del tessuto sottocutaneo					reazioni di ipersensibilità, compresi eruzione cutanea, orticaria e angioedema

Segnalazione delle reazioni avverse sospette,

La segnalazione delle reazioni avverse sospette che si verificano dopo l'autorizzazione del medicinale è importante, in quanto permette un monitoraggio continuo del rapporto beneficio/rischio del medicinale. Agli operatori sanitari è richiesto di segnalare qualsiasi reazione avversa sospetta tramite il sistema nazionale di segnalazione all'indirizzo https://www.aifa.gov.it/content/segnalazioni-reazioni-avverse

4.9 Sovradosaggio

Non sono stati riportati casi di sovradosaggio.

5. PROPRIETA' FARMACOLOGICHE

5.1 Proprietà farmacodinamiche

Categoria farmacoterapeutica: A07FA – microorganismi antidiarroici

ENTEROGERMINA è un preparato costituito da una sospensione di 4 ceppi (SIN, O/C, T, N/R) di spore di *Bacillus clausii,* ospite abituale dell'intestino, privo di potere patogeno.

Somministrate per via orale, le spore di *Bacillus clausii* grazie alla loro elevata resistenza nei confronti di agenti sia chimici che fisici superano la barriera del succo gastrico acido, raggiungendo indenni il tratto intestinale ove si trasformano in cellule vegetative, metabolicamente attive.

Le spore, per loro natura, sono in grado di sopravvivere al calore e all'acidità gastrica. In un modello validato *in vitro* le spore di *Bacillus clausii* hanno mostrato di sopravvivere in ambiente gastrico simulato (pH 1.4-1.5) fino a 120 minuti (tasso di sopravvivenza pari al 96%). In un modello che simula l'ambiente intestinale (soluzione salina di bile e pancreatina – pH 8), le spore di *Bacillus clausii* hanno mostrato la capacità di moltiplicarsi ulteriormente rispetto alla quantità iniziale, in maniera statisticamente significativa (da 109 a 1012 CFU – Unità formanti colonie), a partire da 240 minuti dopo l'incubazione.

In uno studio condotto su 20 soggetti, è stato rilevato che nell'uomo, le spore di *Bacillus clausii* persistono nell'intestino e possono essere ritrovate nelle feci fino a 12 giorni dopo una singola somministrazione orale.

La somministrazione di ENTEROGERMINA contribuisce al ripristino della flora microbica intestinale alterata nel corso di dismicrobismi, detti anche disbiosi, conseguenti all'assunzione di terapia antibiotica e che possono essere associati a sintomi gastrointestinali, come ad esempio diarrea, dolore addominale e aumento di aria nell'intestino.

In due studi clinici randomizzati e controllati condotti in aperto, ENTEROGERMINA ha dimostrato di ridurre la durata della diarrea acuta in bambini di età superiore a 6 mesi.

Utilizzata durante il trattamento antibiotico e nei 7-10 giorni successivi, ENTEROGERMINA ha mostrato di ridurre l'incidenza di dolore addominale e diarrea associati al trattamento antibiotico.

I 2 principali meccanismi, di seguito riportati, contribuiscono all'effetto del *Bacillus clausii* nel ripristino della flora batterica intestinale.

Inibizione della crescita dei batteri patogeni

I tre meccanismi d'azione ipotizzati per *B. Clausii* sono: colonizzazione delle nicchie ecologiche libere, che vengono rese indisponibili per la crescita degli altri microrganismi; competizione nell'adesione alle cellule epiteliali, che è particolarmente rilevante per le spore nelle fasi iniziale ed intermedia della germinazione; produzione di antibiotici e/o enzimi secreti all'interno dell'ambiente intestinale. In uno studio in vitro le spore di *Bacillus clausii* hanno mostrato di produrre batteriocine e antibiotici come la clausina, con attività antagonista nei confronti dei batteri Gram positivi *Staphylococcus aureus, Clostridium difficile, Enterococcus faecium.*

Attività Immunomodulatoria

Le spore di *Bacillus clausii,* somministrate per via orale, hanno mostrato in modelli in vitro e in vivo murini di stimolare la produzione di Interferone gamma e di aumentare la proliferazione dei linfociti TCD4+.

Inoltre il *Bacillus clausii* ha mostrato la capacità di produrre diverse vitamine del gruppo B, contribuendo alla correzione di carenze di vitamine nell'organismo conseguenti allo squilibrio della flora batterica intestinale.

Inoltre il grado elevato di resistenza eterologa agli antibiotici indotta artificialmente, permette di creare le premesse terapeutiche per prevenire l'alterazione della flora microbica intestinale, in seguito all'azione selettiva degli antibiotici, specie di quelli a largo spettro d'azione, o per ripristinare la medesima.

ENTEROGERMINA, a motivo di tale antibiotico-resistenza, può essere somministrata tra due successive somministrazioni di antibiotici.

L'antibiotico-resistenza si riferisce a: penicilline se non in associazione ad inibitori delle beta-lattamasi, cefalosporine (resistenza parziale nella maggior parte dei casi), tetracicline, macrolidi, aminoglicosidi (ad eccezione di gentamicina e amikacina), cloramfenicolo, tiamfenicolo, lincomicina, clindamicina, isoniazide, cicloserina, novobiocina, rifampicina, acido nalidixico e acido pipemidico (resistenza intermedia), metronidazolo.

6. INFORMAZIONI FARMACEUTICHE

6.1 Elenco degli eccipienti

Flaconcini: Acqua depurata.

6.2 Incompatibilità

Nessuna.

6.3 Periodo di validità

2 anni.

Dopo apertura del flaconcino è opportuno assumere entro breve il preparato onde evitare inquinamento della sospensione.

6.4 Precauzioni particolari per la conservazione

Conservare a temperatura inferiore a 30°C.

6.5 Natura e contenuto del contenitore

Astuccio di cartone litografato contenente 10 o 20 flaconcini.
È possibile che non tutte le confezioni siano commercializzate.

6.6 Precauzioni particolari per lo smaltimento e la manipolazione

Agitare il flaconcino prima dell'uso.
Il medicinale non utilizzato e i rifiuti derivati da tale medicinale devono essere smaltiti in conformità alla normativa locale vigente.

7. TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO

Sanofi S.r.l. – Viale L. Bodio, 37/b – IT-20158 Milano (Italia)

8. NUMERI DELLE AUTORIZZAZIONI ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO

AIC 013046077 "4 miliardi/5 ml sospensione orale" 10 flaconcini

AIC 013046089 "4 miliardi/5 ml sospensione orale" 20 flaconcini

9. DATA DELLA PRIMA AUTORIZZAZIONE/RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE

Data della prima autorizzazione: 04.09.2013
Data ultimo rinnovo: 23.09.2018

10. DATA DI REVISIONE DEL TESTO

Febbraio 2021

11. CLASSE DI RIMBORSABILITÀ

c-bis.

12. REGIME DI DISPENSAZIONE AL PUBBLICO

OTC - Medicinale non soggetto a prescrizione medica da banco.

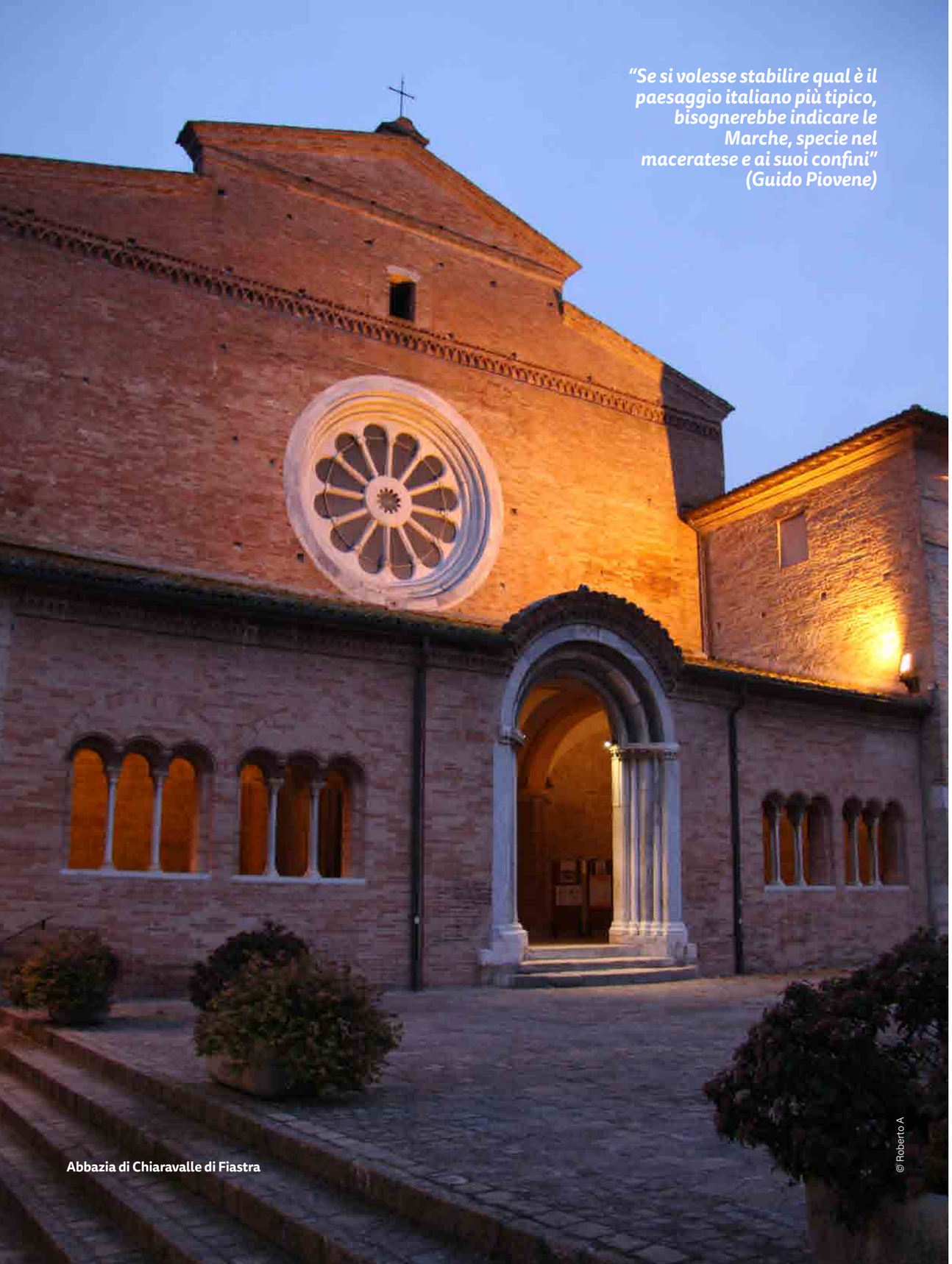
Spezie

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

39. CONSIGLI DI VIAGGIO
Pausa d'autunno
nel maceratese

42. TEMPO LIBERO

46. PRODOTTI



"Se si volesse stabilire qual è il paesaggio italiano più tipico, bisognerebbe indicare le Marche, specie nel maceratese e ai suoi confini" (Guido Piovene)

Abbazia di Chiaravalle di Fiastra

© Roberto A

CONSIGLI DI VIAGGIO

Pausa d'autunno nel maceratese

Un vero e proprio "distillato d'Italia", in bilico tra la sfacciata bellezza toscana e il silenzioso verde umbro, le Marche, affacciate sul mare Adriatico da una parte ma essenzialmente montane dall'altra, invitano a un turismo slow e consapevole

di Chiara Zaccarelli

Pensateci: le Marche sono l'unica Regione italiana ad aver mantenuto il nome plurale, quasi a voler sottolineare le loro tante anime e la loro poliedrica identità paesaggistica e culturale. Dalle cime innevate alle spiagge dorate, alle città d'arte che rievocano fasti rinascimentali, ai parchi nazionali e regionali, fino al più grande santuario mariano d'Italia: qui ce n'è veramente per tutti i gusti. L'entroterra marchigiano, in particolare la provincia di Macerata, è il luogo perfetto per un lungo *weekend* autunnale, tra *foliage*, balconi panoramici, castelli, buon cibo e buon vino, alla riscoperta di uno stile di vita più lento e autentico. Un itinerario fuori dai grandi centri abitati e dalle principali rotte turistiche, da percorrere con il cuore aperto e la mente curiosa.

L'ARCHETIPO DEL PAESAGGIO ITALIANO

La provincia di Macerata, come dichiarava a metà anni Cinquanta il giornalista e scrittore Guido Piovene, è veramente un concentrato di tutte le bellezze della nostra Penisola, il luogo giusto in cui perdersi tra natura incontaminata, cultura, arte ed eccellenze enogastronomiche. Tra i deliziosi borghi arroccati sui pendii dove il tempo sembra essersi fermato, i mestieri sono quelli di una volta e si vive ancora in un'atmosfera di genuina autenticità. L' entroterra maceratese, che si estende letteralmente dall'Adriatico all'Appenino, con un territorio prevalentemente collinare e montuoso, oggi sta recuperando la bellezza di un tempo dopo gli ingenti danni causati dal terribile terremoto del 2016. Per riempirsi gli occhi di bellezza, si parte dalla Riserva Naturale Abbadia di Fiastra: nata nel 1984 allo scopo di proteggere l'ambiente circostante, abbraccia un'area di 1.800 ettari tra campi coltivati, corsi d'acqua, flora e fauna protette. Al suo interno sorge la suggestiva Abbazia di Chiaravalle di Fiastra, una delle testimonianze architettoniche cistercensi meglio conservate d'Italia, ancora oggi abitata, che con i suoi ambienti pressoché intatti offre al visitatore la possibilità di immergersi in un'atmosfera di ovattata spiritualità. Da qui si prosegue verso Camerino, con l'imponente Rocca Varano, antica fortezza costruita su uno sperone roccioso intorno al XIII secolo. I più golosi non potranno fare a meno di assaggiare una delle eccellenze gastronomiche della zona: il Torrone di Camerino, la cui ricetta (antichissima) aggiunge alla ben nota amalgama di mandorle, zucchero e miele qualche aroma segreto. Sui muri di Braccano, grazioso borgo alle pendici del Monte San Vicino, si trova una sorta di galleria d'arte a

LA FARMACIA GIUSEPPETTI

La Farmacia Giuseppetti è l'unica farmacia presente a Caldarola, a circa trenta chilometri da Macerata. In seguito al sisma del 2016 la sede originale, in pieno centro storico, è risultata inagibile, ma il titolare Luca Maria Giuseppetti e le sue due figlie hanno continuato la loro attività di presidio sanitario del territorio all'interno di un *container* per circa sei mesi, fino a che non si sono trasferiti nell'attuale edificio alla periferia del Paese. La sede originale della farmacia, come gran parte del centro storico di Caldarola, è infatti tuttora oggetto di ristrutturazione.
Luca Maria Giuseppetti è conosciuto come il "sindaco farmacista", in quanto è anche primo cittadino di Caldarola.
www.farmaciagiuseppetti.it

cielo aperto, nata nel 2001 grazie all'intuizione degli studenti dell'Accademia di Brera, Urbino e Macerata e da numerosi artisti provenienti da ogni parte del mondo. Da qui partono le escursioni naturalistiche verso la Riserva Naturale Regionale Monte San Vicino e Monte Canfaito. Imperdibile la passeggiata alla faggeta di Canfaito, un luogo magico dove riappacificarsi con la natura tra i faggi secolari, tra cui l'esemplare più antico della Regione, inserito fra gli alberi monumentali d'Italia. Prima di arrivare a Elcito, un altro minuscolo borgo arroccato su uno sperone roccioso, una deviazione permette di ammirare un altro gioiello dimenticato e quasi fagocitato dalla natura circostante: l'Abbazia di Santa Maria de Rotis, eretta dai monaci Benedettini nel IX secolo sopra i resti di un tempio pagano. Percorrendo ancora qualche chilometro tra le dolci curve dei monti, i prati e gli alberi che cominciano tingersi dei colori dell'autunno, si giunge a Cingoli: incluso tra i borghi più belli d'Italia, si affaccia su un suggestivo balcone panoramico da cui si scorgono il Montefeltro fino all'ascolano, con sullo sfondo da un lato gli Appennini e dall'altro il mare. Qui oltre alla vista potrete soddisfare anche il gusto, concedendovi una dolcissima pausa con i cavallucci marchigiani, dolcetti a forma di ferro di cavallo tipici della zona, ripieni di riduzione di mosto di vino, fichi secchi, uvetta, cioccolato, canditi e frutta secca. Da qui si riscende verso Tolentino, città ricca di monumenti di notevole valore, come la Basilica di San Nicola, con la Sala del Cappellone, decorata con un grandioso ciclo di affreschi risalenti ai primi anni del Trecento, e poi il Duomo e il vicino Castello della Rancia, maestosa costruzione medioevale, oggi divenuta un importante contenitore culturale. Tolentino è anche un rinomato centro di manifattura della pelle dove abili artigiani, nel rispetto di una tradizione di lavorazione secolare, creano pelletteria pregiata ma anche divani e poltrone d'eccellenza. ■

LE SCELTE DEL CUORE DI LUCA MARIA GIUSEPPETTI

1. **Il borgo di Caldarola.** Situato nell'entroterra maceratese, ai confini del Parco Nazionale dei Monti Sibillini, stupisce il visitatore con il sapore fiabesco del suo antico maniero dalle merlature guelfe, con il suo raffinato assetto urbano che ne fa un autentico gioiello di architettura cinquecentesca, e con le testimonianze romane e medioevali. Purtroppo Caldarola è stata gravemente danneggiata dal forte terremoto che nell' ottobre del 2016 ha squarciato l'Italia centrale e sta ancora vivendo un momento di ristrutturazione e riorganizzazione dell'assetto urbanistico.
2. **La Vernaccia Docg di Serrapetrona e l'olio d'oliva extravergine "Coroncina".** Due tipicità enogastronomiche della zona uniche nel loro essere, che non sono luoghi ma sicuramente sono nel mio cuore. Il primo è un raro spumante rosso che viene prodotto esclusivamente a Serrapetrona e in parte in Comuni limitrofi, l'altro un olio extravergine monovarietale fruttato all'olfatto, amarognolo e pungente al gusto.
3. **Il lago di Pievefavera.** Situato nelle vicinanze di Caldarola, è il luogo ideale per chi è in cerca di *relax* e desidera praticare attività all'aria aperta come la pesca, il canottaggio, il *wakeboard* ma è anche il punto di partenza per escursioni lungo i vari sentieri percorribili sia a piedi sia in *mountain bike*.

© andrea serrani

Braccano, murales

Pievefavera

PER SAPERNE DI PIÙ

www.maceratataturismo.it
www.comune.macerata.it
www.turismo.marche.it
www.destinazionemarche.it

PUBBLIREDAZIONALE

CGM CompuGroup Medical

Presa in carico: una sola piattaforma, tutte le soluzioni

Facile e intuitiva nell'utilizzo, CGM Point of Care consente la digitalizzazione e l'automatizzazione di tutti i processi del percorso di cura del paziente, come il monitoraggio dello stato di salute, la valutazione dell'aderenza alla terapia e la delicata operazione di deblistering

Presa in carico del paziente cronico e *deblistering*: è grande l'interesse che il Ssn sta volgendo a queste tematiche. Il fine è ridurre le risorse impiegate per la gestione della cronicità, spingendo sempre più verso una soluzione territoriale che vede la farmacia al centro del percorso di cura e punto di riferimento per il cittadino. In questo contesto, dunque, il farmacista assume un ruolo chiave, diventando il principale attore nella gestione della cronicità grazie ad attività di monitoraggio del paziente, valutazione delle interazioni farmacologiche, riconciliazione terapeutica, preparazione dei vassoi terapeutici e controllo dell'aderenza alla terapia.
A confermare questo *trend* sono i finanziamenti Pnrr per le farmacie rurali, che hanno tra gli obiettivi proprio quello di supportare le farmacie nell'erogazione di servizi che aiutino a decentralizzare la gestione del paziente sul territorio.

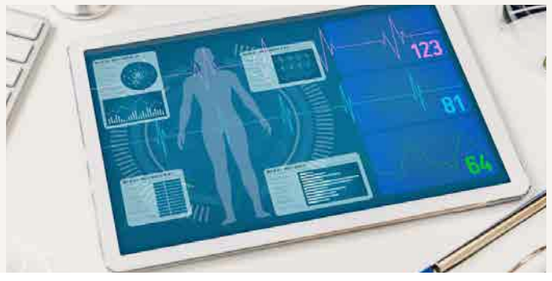
Presa in carico del paziente a 360 gradi

Nel contesto descritto, CGM PharmaOne fornisce al farmacista uno strumento unico: la piattaforma CGM Point of Care, certificata dispositivo medico di classe IIa, che lo supporta in tutti gli ambiti della presa in carico del paziente cronico, dall'identificazione e arruolamento alla somministrazione di questionari di aderenza, al monitoraggio dello stato di salute attraverso lo storico dei parametri vitali acquisiti. Inoltre, grazie all'integrazione con la banca dati dei farmaci, il farmacista può registrare la terapia farmacologica del paziente e preparare i vassoi terapeutici su base settimanale e/o mensile.
Con la piattaforma è inoltre possibile gestire anche aspetti delicati come la *privacy* e il consenso al trattamento dei dati rilasciato dal paziente, un passaggio fondamentale perché consente al farmacista di gestire il piano terapeutico, valutare eventuali interazioni farmacologiche e interfacciarsi con il medico prescrittore per la riconciliazione farmacologica.

Doppio controllo per un *deblistering* in sicurezza

Quello del *deblistering* è un tema di grande attualità ma che presenta molte criticità, una fra tutte quella di dover tracciare tutte le operazioni di preparazione del vassoio. CGM Point of Care consente di tenere traccia e salvare tutti gli *step* operativi sia per l'attività di riempimento del vassoio da parte del farmacista preparatore sia per quella dell'operatore di controllo. Come? In piattaforma sono implementate una procedura guidata che supporta il farmacista nella fase di sconfezionamento e inserimento dei farmaci nel *blister* e una procedura di controllo che supporta l'operatore nella verifica del corretto riempimento del vassoio secondo l'indicazione del piano terapeutico del paziente. Una volta conclusa la preparazione del vassoio, il *software* genera automaticamente due file: il foglio di lavorazione, che contiene i dettagli del riempimento dei *blister*, e l'etichetta con le indicazioni terapeutiche (che dettaglia farmaci, tempi e modi di assunzione) che dovrà essere attaccata sul vassoio.

CGM Point of Care è una sola piattaforma grazie alla quale il farmacista sarà in grado di offrire ai propri clienti un servizio differenziante e di valore. Tramite la stessa soluzione integrata con il gestionale in uso in farmacia, infatti, è possibile anche gestire ed erogare servizi di telemedicina come ECG, holter, spirometrie e altro.



Un'esperienza esclusiva sul lago di Como

© www.musacomo.com

Sulle sponde del lago di Como c'è un nuovo *boutique* hotel cinque stelle che comprende un *fine dining restaurant*, un *cocktail bar* e una villa privata. Si chiama Musa, si trova a Sala Comacina e conta dodici camere dallo stile moderno e pulito, per offrire ai suoi ospiti un'esperienza di *relax tailor made* di qualità. Al piano terra è situato il ristorante Roteo, caratterizzato da un *design* minimalista, mentre la cucina, guidata da Matteo Corridori e Robert Moretti, è giovane e contemporanea, e ambisce a stimolare i cinque sensi con semplicità ed eleganza. Il Gaia Bar, sulla veranda esterna, incarna un concetto fresco e contemporaneo di *mixology*, dove il servizio riesce a esaltare la qualità del prodotto. Completa l'offerta Villa Musa, situata a Mezzegra, una lussuosa residenza privata dal *design* moderno, pulito ed elegante, composta da sei spaziose camere da letto, per gruppi, famiglie o coppie che desiderano la più assoluta *privacy*. Non può mancare l'area benessere, per coccolarvi durante la vostra permanenza al Musa: che scegliate un bagno nella piscina *outdoor* vista lago, un trattamento, una sauna o il bagno turco, ne uscirete rigenerati. Musa è un *concept* perfettamente integrato nel territorio su cui sorge e rispettoso dell'ambiente: utilizza energia certificata proveniente da fonti rinnovabili ed ecosostenibili e cerca, quando possibile, di eliminare ogni uso superfluo della plastica, prediligendo altri materiali, come il cotone organico non trattato e a filiera certificata. *www.musacomo.com*

Comfort e intimità tra i vicoli di Firenze

Una struttura intima e raffinata, custodita in un palazzo trecentesco in via dei Calzaiuoli, nel cuore del centro storico fiorentino, il Romantik Hotel Casa Thiele alla Signoria *mixa* storia e *design*, per scoprire la città del Rinascimento da punti di vista inediti e privilegiati. A un passo da Palazzo Vecchio, dalla Galleria degli Uffizi, dall'iconico Ponte Vecchio con le sue antiche botteghe orafe, da Palazzo Pitti e dai Giardini di Boboli, conserva soffitti in legno, pavimenti in cotto toscano e mura in pietra risalenti all'originaria casa-torre trecentesca. Ognuna delle cinque camere della struttura vanta caratteristiche distintive che rimandano alla storia, alle arti e alla cultura della città del Giglio. La stanza del Messere, per esempio, si affaccia di fronte al Palazzo dei Cavalcanti e svela dalle due luminose finestre la chiesa di Orsanmichele. Nella torre trecentesca si trova invece la stanza delle Nuvole, con i suoi due archi in pietra, le spesse mura, la piccola finestra e nella nicchia un moderno lavabo di Antonio Lupi, in un dialogo tra Medioevo e minimalismo contemporaneo. Completano l'offerta, su richiesta, *tour* guidati della città e visite di musei e monumenti, il noleggio di biciclette o *scooter* per muoversi tra i vicoli e, per gli appassionati di enogastronomia, degustazioni nelle cantine dei produttori di vini del Chianti. *www.casa-thiele.com*

© www.casa-thiele.com

MOSTRE IN ITALIA

Giovanni Migliara, *La piazza del Duomo a Milano*, 1828. Fondazione Cariplo, Milano

MILANO. DA ROMANTICA A SCAPIGLIATA

Novara. Esplorare, attraverso circa settanta capolavori, gli importanti mutamenti susseguitesi nell'Ottocento nel capoluogo lombardo. È quello che si propone di fare questa mostra, il cui percorso espositivo si snoda in otto sezioni che seguono l'andamento delle sale del Castello Visconteo di Novara, attraverso le opere di alcuni degli artisti più noti del periodo: Francesco Hayez, Giuseppe Canella, Angelo Inganni, Giovanni Carnovali detto il Piccio, i fratelli Domenico e Gerolamo Induno, Mosè Bianchi, Tranquillo Cremona, Daniele Ranzoni e molti altri.
Al Castello Visconteo Sforzesco di Novara, dal 22 ottobre al 12 marzo 2023; *www.ilcastellodinovara.it*

ANSELM KIEFER. Questi scritti, quando verranno bruciati, daranno finalmente un po' di luce (Andrea Emo)

Venezia. Il titolo di questa attesa installazione di Kiefer, legata alle celebrazioni per i 1.600 anni dalla fondazione di Venezia, è stato ripreso dagli scritti del filosofo veneziano Andrea Emo, con cui l'artista condivide una profonda consonanza. Si tratta di un ciclo di grandi dipinti *site-specific* che dialogano con la Sala dello Scrutinio, uno degli spazi più importanti di Palazzo Ducale, confrontandosi con i grandi temi universali e sottolineando il ruolo di Venezia come punto di contatto fra oriente e occidente, fra nord e sud, per spaziare poi verso la letteratura, con una serie di riflessioni sul *Faust* di Goethe. A Palazzo Ducale, Sala dello Scrutinio, fino al 29 ottobre 2022; *palazzoducale.visitmuve.it*

MAX ERNST

Milano. Artista, intellettuale, profondo conoscitore e interprete visionario della storia dell'arte, della filosofia e della scienza: questo fu Max Ernst. Oltre 400 opere tra dipinti, sculture, disegni, *collages*, fotografie, gioielli e libri illustrati accompagnano il visitatore nell'immenso immaginario del maestro surrealista, invitandolo a immergersi nelle corrispondenze tra opere, fonti, simboli e tecniche. Una serie di eventi collaterali accompagnano la retrospettiva, tra cui la rassegna che analizza il rapporto tra Ernst, il surrealismo e il cinema, realizzata in collaborazione con la Fondazione cineteca italiana. A Palazzo Reale, dal 4 ottobre al 26 febbraio 2023; *www.palazzorealemilano.it*

L'angelo del focolare (1937), Collezione privata, Svizzera. Classic paintings/ Alamy Stock Photo
© Max Ernst by SIAE 2022

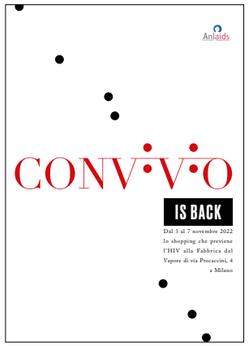
Un *festival* diffuso di fotografia

© Lorenzo Terraneo
Le meraviglie del mondo sommerso

Giunge alla sua diciassettesima edizione Photofestival, il *festival* annuale di fotografia nato con l'obiettivo di supportare e diffondere la grande passione per le immagini fotografiche che in questi anni ha caratterizzato il panorama culturale milanese. Da metà settembre fino al 31 ottobre saranno 1.650 le mostre fotografiche, 1.600 gli autori italiani e stranieri e 707 i diversi spazi espositivi coinvolti. Il titolo di quest'edizione è "Ricominciare dalle immagini. Indagini sulla realtà e sguardi interiori": un invito a riflettere sull'importanza delle immagini per osservare il mondo e noi stessi con occhi diversi, recuperando una normalità mai come ora apprezzata. E Photofestival diventa sempre più diffuso: da Milano e la sua area metropolitana, che restano comunque l'epicentro della manifestazione, si sposta quest'anno verso le periferie, fino a toccare località fuori provincia (e fuori Regione) quali Brescia, Trento, Bologna, Roma. Nel palinsesto di Photofestival, accanto alle mostre fotografiche, troveranno posto anche *workshop*, incontri, presentazioni e visite guidate.
www.*milanophotofestival.it*

La moda fa bene

Dal 3 al 7 novembre torna Convivio, la mostra mercato ideata da Gianni Versace nel 1992 per raccogliere fondi a favore della lotta all'Hiv e alle emergenze infettivologiche. Cresciuta negli anni grazie a Franca Sozzani, alle istituzioni e all'impegno di tante aziende, valorizzata dall'attenzione e dall'amicizia di protagonisti del mondo della moda, della cultura e dello spettacolo, unita alla grande partecipazione del pubblico, l'iniziativa, che si conferma il più importante evento di *charity* italiano, quest'anno compie trent'anni. Convivio insieme ad Anlaids ha permesso in questi anni di parlare a tutti di prevenzione contro la diffusione dell'Hiv, di combattere lo stigma, informare correttamente le nuove generazioni, sostenere i malati e le loro famiglie. Tra le conferme di questa edizione, il supporto del Comune di Milano che permette a Convivio di trovare casa alla Fabbrica del Vapore. Torna anche il tradizionale *charity dinner gala*, oltre ai tanti eventi collaterali che affiancano il tradizionale *shopping* solidale.
www.conviviomilano.it



LIMICAN
RIASSUNTO DELLE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO

1. DENOMINAZIONE DEL MEDICINALE
LIMICAN 50 mg compresse
LIMICAN 50 mg/2 ml soluzione iniettabile

2. COMPOSIZIONE QUALITATIVA E QUANTITATIVA
Una compressa contiene:
alizapride cloridrato 55,80 mg pari a 50 mg di alizapride.
Una fiala di soluzione iniettabile contiene:
alizapride cloridrato 55,80 mg pari a 50 mg di alizapride.
Per l'elenco completo degli eccipienti, vedere paragrafo 6.1.

3. FORMA FARMACEUTICA
Compresse.
Soluzione iniettabile.

4. INFORMAZIONI CLINICHE

4.1 Indicazioni terapeutiche
Limican é indicato per il trattamento sintomatico di vomito e nausea di varia origine, compresi il vomito e la nausea pre e post-operatori, con eccezione del vomito gravidico.
Per il trattamento di vomito e nausea in rapporto a terapia antimitotica (citostatici, antiblastici, terapia radiante) e ad interventi chirurgici si consiglia l'impiego della soluzione iniettabile.

4.2 Posologia e modo di somministrazione
Somministrazione per via orale: 2-4 compresse al giorno, (100-200 mg di alizapride) in dosi refratte, salvo diversa prescrizione medica.
Somministrazione per via parenterale: nel *vomito e nausea pre- o post-operatorio*, 1-4 fiale (50-200 mg di alizapride), generalmente per via intramuscolare, nelle 24 ore, salvo diversa prescrizione medica. Se necessario, il trattamento può essere proseguito per via orale.
Nella *nausea e* nel *vomito durante chemioterapia antiblastica*: 2 fiale (100 mg di alizapride) per via endovenosa 20-30 minuti prima del trattamento chemioterapico, seguite da 1-2 fiale (50-100 mg di alizapride) per via intramuscolare 4-8 ore dopo la fine del trattamento chemioterapico.
In caso di sintomatologia grave e persistente dovuta alla chemioterapia, la posologia giornaliera di Limican può essere aumentata fino alla somministrazione di 4 fiale per via endovenosa 30 minuti prima del trattamento chemioterapico, 4 fiale per via endovenosa durante tale trattamento e fino a 8 fiale per via endovenosa o intramuscolare, in ragione di 2 fiale ogni 4 ore dopo la fine del trattamento chemioterapico, in rapporto all'intensità e alla frequenza del vomito.
Nei bambini sottoposti a trattamento chemioterapico, la posologia raccomandata è di 2-5 mg/kg/die per via endovenosa o intramuscolare.

4.3 Controindicazioni
Limican è controidicato nelle seguenti condizioni:
- Ipersensibilità al principio attivo o ad uno qualsiasi degli eccipienti.
- Pazienti con precedenti di reazioni discinetiche tardive ai neurolettici.
- Pazienti affetti da feocromocitoma con diagnosi certa o sospetta: nei pazienti con feocromocitoma trattati con farmaci antidopaminergici (comprese le benzamidi) sono state segnalate gravi crisi ipertensive.
- Pazienti in trattamento con levodopa, a causa dell'antagonismo reciproco.
- Gravidanza (vedere sez. 4.6).

4.4 Avvertenze speciali e precauzioni d'impiego
Si consiglia di non superare un trattamento continuato superiore ai sette giorni.
La posologia deve essere ridotta in caso di insufficienza renale grave.
Non assumere bevande alcoliche durante il trattamento con alizapride.
Alizapride non è consigliata nei pazienti epilettici in quanto le benzamidi possono diminuire la soglia epilettica.
Come con gli altri neurolettici, durante trattamento con alizapride si può manifestare la Sindrome Neurolettica Maligna (SNM), caratterizzata da ipertermia, disturbi extrapiramidali, instabilità del Sistema Neurovegetativo,
CPK elevato. Pertanto si deve usare cautela in caso di insorgenza di ipertermia, uno dei sintomi della SNM, ed in questo caso occorre sospendere il trattamento.
Il medicinale nella forma farmaceutica compresse contiene lattosio quindi i pazienti affetti da rari problemi ereditari di intolleranza al galattosio, da deficit totale di lattasi, o da malassorbimento di glucosio-galattosio, non devono assumere il medicinale.

4.5 Interazioni con altri medicinali ed altre forme di interazione
Le seguenti associazioni farmacologiche sono controindicate durante il trattamento con alizapride:
Levodopa: reciproco antagonismo tra levodopa e neurolettici.
Alcol: potenziamento dell'effetto sedativo dell'alizapride.

Le seguenti associazioni farmacologiche richiedono particolare attenzione da parte del medico:
Sedativi del Sistema Nervoso Centrale (neurolettici, derivati della morfina, ipnotici, ansiolitici, antistaminici anti-H1, antidepressivi, barbiturici, clonidina e correlati): gli effetti dei sedativi sul Sistema Nervoso Centrale e dell'alizapride si potenziano.
Anticolinergici: la somministrazione concomitante può diminuire gli effetti della alizapride.
Digossina: usare cautela anche nei pazienti trattati contemporaneamente con digossina, per i quali si consiglia il controllo della digossinemia.
Antipertensivi.

4.6 Gravidanza e allattamento
Per alizapride non sono disponibili dati clinici relativi a gravidanze esposte.
Gli studi su animali non indicano effetti dannosi diretti o indiretti su gravidanza, sviluppo embrionale/fetale, parto o sviluppo post-natale (vedere 5.3)
È necessario essere prudenti nel prescrivere il medicinale a donne in stato di gravidanza.
Non è noto se alizapride venga escreta nel latte materno. L'escrezione di alizapride nel latte non è stata studiata negli animali. La decisione di continuare o interrompere l'allattamento o di continuare/interrompere la somministrazione di Limican deve essere presa tenendo in considerazione il beneficio per il neonato dell'allattamento al seno ed il beneficio della terapia con Limican per la madre.

4.7 Effetti sulla capacità di guidare veicoli e sull'uso di macchinari
Limican compromette la capacità di guidare veicoli o di usare macchinari.

4.8 Effetti indesiderati
Sono stati osservati i seguenti effetti indesiderati, particolarmente in caso di alti dosaggi.
Frequenza non nota (la cui frequenza non può essere stabilita sulla base dei dati disponibili):
Alterazioni del sistema nervoso
- Sintomi extrapiramidali (distonia acuta e discinesia, sindrome parkinsoniana, acatisia) specie nei bambini e nei giovani, anche dopo una sola somministrazione del prodotto. Normalmente queste reazioni cessano spontaneamente e definitivamente dopo la sospensione del trattamento.
- Discinesia tardiva persistente, in caso di trattamento prolungato, specialmente in pazienti anziani.
- Sonnolenza, vertigini, cefalea, insonnia.

Alterazioni dell'apparato gastrointestinale
Diarrea, meteorismo.
Alterazioni del sistema endocrino
Amenorrea, galattorrea, ginecomastia, iperprolattinemia.
Disordini generali e alterazioni del sito di somministrazione
Reazioni allergiche compresa anafilassi.
Dopo somministrazione endovenosa, sono stati riportati arrossamenti vasomotori (sudorazione profusa e/o sensazione di bruciore cutaneo) rapidamente risoltisi. I pazienti devono essere informati della natura minore di tali sintomi che non richiedono alcun trattamento particolare.
Si sono osservati, dopo iniezione di LIMICAN fenomeni quali astenia e/o secchezza delle fauci.
Alterazioni del sistema vascolare
In caso di dosaggi elevati può manifestarsi ipotensione ortostatica.

Segnalazione delle reazioni avverse sospette
La segnalazione delle reazioni avverse sospette che si verificano dopo l'autorizzazione del medicinale è importante, in quanto permette un monitoraggio continuo del rapporto beneficio/rischio del medicinale. Agli operatori sanitari è richiesto di segnalare qualsiasi reazione avversa sospetta tramite il sistema nazionale di segnalazione: Agenzia Italiana del Farmaco, Sito web: http:// www.aifa.gov.it/content/segnalazioni-reazioni-avverse

4.9 Sovradosaggio
In caso di sovradosaggio, si possono manifestare disturbi extrapiramidali e sonnolenza. Quali antidoti possono essere impiegati rilassanti muscolari (es. benzodiazepine) e/o farmaci antiparkinsoniani anticolinergici (questi ultimi unicamente in soggetti adulti).

5. PROPRIETÀ FARMACOLOGICHE

5.1 Proprietà farmacodinamiche
Categoria farmacoterapeutica: Antiemetico, codice ATC: A03FA05.
L'attività della alizapride si esplica selettivamente innalzando la soglia di sensibilità del centro bulbare del vomito: ne consegue una rapida diminuzione dei fenomeni di nausea e vomito dovuti a stimolazione del centro bulbare.
Pertanto l'alizapride si dimostra particolarmente attiva nelle situazioni cliniche caratterizzate da nausea e vomito in particolare nelle nausee e vomiti ad eziologia organica o funzionale o conseguenti a terapia antimitotica ed a situazioni chirurgiche.
L'alizapride non ha azione sulla neurotrasmissione colinergica.

5.2 Proprietà farmacocinetiche
L'alizapride è ben assorbita per via orale; la biodisponibilità è compresa tra 70 e 87%.
L'emivita di eliminazione dell'alizapride è di circa tre ore; l'eliminazione avviene soprattutto per via urinaria in forma immodificata.
Il passaggio transplacentare nel coniglio è molto scarso. Il passaggio attraverso la barriera emato-encefalica è limitato.

5.3 Dati preclinici di sicurezza
I dati non-clinici non rivelano rischi particolari per l'uomo sulla base di studi convenzionali di *safety pharmacology*, tossicità a dosi ripetute, genotossicità, potenziale cancerogeno, tossicità riproduttiva.

6. INFORMAZIONI FARMACEUTICHE

6.1 Elenco degli eccipienti
Compresse:
amido, lattosio, silice, metilcellulosa 1500 Cps, talco, magnesio stearato.
Soluzione iniettabile:
sodio cloruro, acqua per preparazioni iniettabili.

6.2 Incompatibilità
Non sono stati riportati casi di incompatibilità.

6.3 Periodo di validità
5 anni.

6.4 Speciali precauzioni per la conservazione
Questo medicinale non richiede alcuna speciale condizione di conservazione.

6.5 Natura e contenuto del contenitore
- *LIMICAN 50 mg compresse:* Scatola da 20 compresse in blister atossico costituito da cloruro di polivinile e alluminio termosaldante per cloruro di polivinile.
- *LIMICAN 50 mg/2 ml soluzione iniettabile:* Scatola da 4 fiale da 2 ml con pre-rottura e serigrafate LIMICAN in bianco.

6.6 Precauzioni particolari per lo smaltimento
Nessuna istruzione particolare.

7. TITOLARE DELL'AUTORIZZAZIONE ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO
ACARPIA FARMACEUTICI S.r.l.
Viale L. Majno, 18
20129 Milano (Italia)

8. NUMERO(I) DELL'AUTORIZZAZIONE (DELLE AUTORIZZAZIONI) ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO
LIMICAN 50 mg compresse: 20 compresse - AIC n. 025575010
LIMICAN 50 mg/2 ml soluzione iniettabile: 4 fiale - AIC n. 025575059

9.DATA DELLA PRIMA AUTORIZZAZIONE/RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE
06.2010

10. DATA DI REVISIONE DEL TESTO Gennaio 2021

PRODOTTI

Questo mese sugli scaffali della farmacia una linea viso e un *booster* antiossidante perfetti per il cambio di stagione e la nuova versione di un'iconica gamma antietà. E poi un integratore orosolubile che contrasta la caduta dei capelli, uno shampoo antiforfora e un'emulsione contro l'iperidrosi plantare

Lafarmacia.

LA BEAUTY ROUTINE PER IL CAMBIO DI STAGIONE

Con l'arrivo dell'autunno si verificano spesso sbalzi climatici improvvisi che sottopongono la pelle del viso a *stress*, causando disidratazione e contribuendo al processo di invecchiamento. Per prevenire e contrastare i danni tipici del cambio di stagione, **Lafarmacia.** propone due prodotti che agiscono sinergicamente per una *beauty routine antiage* completa. Il Siero Rimpolpante. e la Crema Nutriente Rughe. ricchi di nutrienti, antiossidanti e vitamine, favoriscono la produzione di collagene e di elastina e aiutano la rigenerazione e la protezione della pelle. Nello specifico, il siero è un trattamento intensivo antirughe per pelli mature, formulato con un complesso idratante e un peptide innovativo simile alla tossina botulinica, che agisce efficacemente per ridurre rughe e linee d'espressione, idratando e nutrendo in profondità. La Crema invece è un *soin* antietà dedicato alle pelli secche e molto secche, la cui formulazione contiene proteine idrolizzate che svolgono un'intensa azione idratante e agiscono in sinergia con oli vegetali per migliorare l'elasticità dell'epidermide e contrastare la sensazione di "pelle che tira". Perfetta anche da utilizzare come maschera, da tenere in posa per un effetto urto.

www.lafarmacia.it

VIATRIS | Mylan A VIATRIS COMPANY

STOP ALL'IPERIDROSI PLANTARE

Sono tanti gli eventi esterni che possono metterci a dura prova e diventare causa di *stress* e di conseguenza di eccessiva sudorazione, in particolare per le parti del nostro corpo più sensibili e sottoposte a uno sforzo continuo, come i piedi. Spesso lo stress si presenta sotto forma di una fastidiosa sensazione di umidità sotto la pianta, che causa disagio e imbarazzo, in particolare se accompagnata da cattivo odore. Ecco allora che diventa fondamentale un prodotto deodorante studiato *ad hoc*, in grado di ridurre gli effetti dell'ipersudorazione e proteggere in modo efficace la pianta del piede. **Dermafresh Ipersudorazione Emulsione Piedi** è un'emulsione deodorante utile in caso di iperidrosi plantare che aiuta a combattere il cattivo odore, previene le screpolature interdigitali della cute e le affezioni micotiche e batteriche e limita la secchezza della cute mentre la rinfresca e ammorbidisce. Si applica una piccola quantità di emulsione sui piedi accuratamente lavati e asciutti e si massaggia delicatamente fino a completo assorbimento.

www.mylan.it

ISDIN
LOVE YOUR SKIN

IL BOOSTER ANTIOSSIDANTE PER ILLUMINARE LA PELLE DOPO L'ESTATE

La fine dell'estate è il momento giusto per regalarsi una *beauty routine* che sappia riattivare la luminosità della pelle stressata da raggi solari, vento e salsedine, con un trattamento *booster* ad azione antiossidante. L'antiossidante per eccellenza è la vitamina C che combatte i radicali liberi, offre un effetto *antiage* stimolando la produzione di collagene, aumenta l'elasticità cutanea e contribuisce alla riduzione delle rughe. Più pura è, più la sua azione risulta efficace, per questo **Isdin** ha creato **Isdinceutics Flavo-C Forte**, un siero viso intensivo con il 15 per cento di vitamina C pura, fresca e stabile. La vitamina C, in questa formulazione, agisce in maniera sinergica con la vitamina E, che ne rafforza l'azione antiossidante, mentre l'esclusivo sistema *pollution-defense* combina due biopolimeri naturali che proteggono la pelle dall'inquinamento e l'acido ialuronico apporta idratazione intensa, aiutando ad attenuare le linee di espressione. Flavo-C Forte ha una *texture* in gel a rapido assorbimento che lascia la pelle morbida e setosa ed è innovativo anche nel formato: la vitamina C in polvere si trova infatti all'interno del tappo superiore, separata dal resto, per mantenere la massima efficacia fino al momento dell'utilizzo, quando la si mescola con la soluzione liquida, per garantire un effetto *booster* che dura fino a dieci giorni.

www.isdin.com

PUBBLIREDAZIONALE

aponow
Il servizio per le farmacie locali

Ordina on line, acquista in farmacia

Da oggi presente anche nel nostro Paese, ApoNow collega i siti web delle più importanti aziende farmaceutiche con 39.500 farmacie europee

Nonostante tutta la digitalizzazione, niente può sostituire la farmacia locale. Ed ecco la soluzione ApoNow: un sistema che collega le farmacie con il mondo digitale in modo semplice e senza costi per loro.
Grazie al *tool* ApoNow, infatti, sui siti *web* dei produttori gli utenti hanno la possibilità di ordinare direttamente i prodotti Otc presso una farmacia locale di loro scelta. Per aumentare le opportunità di essere selezionati durante il processo di ordinazione, alla voce "Trova farmacie" è possibile indicare i propri servizi, come per esempio quello di *home delivery*.
In più, per le farmacie che si registrano – gratuitamente – su *www.aponow.it* saranno subito disponibili numerose funzioni, come ricevere regolarmente e in anticipo, tramite il canale "Apo-News", tutte le informazioni più importanti dalle aziende farmaceutiche: novità sui prodotti, promozioni speciali e altro ancora.

Un vantaggio esclusivo per farmacie e imprese farmaceutiche
In Germania e Austria oltre 130 aziende farmaceutiche, tra cui Angelini, Galderma e L'Oreal, utilizzano già ApoNow sostenendo le farmacie locali con le vendite realizzate *on line* dai loro siti.
Il 98,7 per cento delle farmacie tedesche e 3 su 4 farmacie austriache hanno già ricevuto ordini tramite ApoNow. Julia Hahnemann, titolare di "Die Apotheke im Rheincenter" a Weil am Rhein, racconta: «Siamo felici del fatturato in più realizzato con gli ordini *on line* senza aver dovuto fare i conti con impegni o costi aggiuntivi».
E ora, dopo Germania e Austria, Thomas Engels, Ceo di ApoNow GmbH, offre il suo *concept* di successo anche in Italia, collegando così 39.500 farmacie in tutta Europa.
Grazie alla sua espansione, ApoNow ha aumentato il raggio d'azione delle aziende farmaceutiche. Le imprese che sono presenti, oltre che in Germania e in Austria, anche in Italia possono utilizzare comodamente un unico *tool* per più Paesi, mentre sono già previsti ulteriori piani di espansione internazionale.

Per maggiori informazioni:

ApoNow GmbH
Manuela Laske
Country Manager
Telefono: 0049 (0)40 53798 1532
E-mail: *m.laske@aponow.de*
www.aponow.it

LIERAC
LABORATOIRES

LA LINEA ANTIETÀ RIVISITATA IN CHIAVE NATURALE

Lierac, *brand* numero uno dell'antietà in farmacia, a quarant'anni dalla sua nascita si reinventa all'insegna di sostenibilità e sensorialità. Lo fa attraverso una ricerca continua e un approccio multidisciplinare, ma anche attraverso *packaging* ricaricabili che limitano l'impatto ambientale. In particolare la linea **Lift Intégral**, pensata per la pelle delle donne dai 40 anni in su, si presenta oggi in versione potenziata e migliorata. Il Siero Tensore, la Crema Giorno Rassodante, la Crema Notte Rigenerante e il Contorno Occhi Liftante sono ancora più *clean*, composti per almeno il 97 per cento da ingredienti d'origine naturale e formulati senza fenossietanolo, siliconi e Peg. Ciascuno degli attivi di Lift Intégral segue un principio di naturalità. La rosa, originaria della Provenza, proviene da coltivazioni controllate e completamente prive di pesticidi. Il suo procedimento d'estrazione brevettato si basa sulla chimica *green* per ottenere un attivo d'origine 100 per cento naturale: l'Rna di Rosa. L'estratto di tulipano nero, in grado di rendere la pelle più resistente ed elastica, è stato scoperto e sviluppato dai Laboratoires Lierac dopo sette anni di ricerca. L'acido ialuronico a basso peso molecolare è invece ottenuto mediante biotecnologia. La gamma Lift Integral, con la sua *texture* sensoriale e vellutata, invita a un'applicazione quotidiana, senza alcun compromesso in tema di tollerabilità.

www.lierac.com

LABORATOIRES
KLORANE
BOTANIQUE DE PRECISION

IL POTERE DELLA GALANGA CONTRO LA FORFORA

Avete mai sentito parlare della galanga? Si tratta di una pianta originaria del sud-est dell'Asia, utilizzata nella medicina tradizionale locale e conosciuta per le sue proprietà riequilibranti e purificanti. Per questo **Klorane**, un marchio Pierre Fabre, ha scelto di farne l'ingrediente principale della sua nuova linea specifica contro la forfora, che comprende shampoo e maschera in polvere. Lo Shampoo Riequilibrante alla Galanga, che presenta una formula biodegradabile con l'87 per cento di ingredienti di origine naturale, elimina la forfora visibile e lenisce il cuoio capelluto. La Maschera Polvere Trattante Forfora Persistente alla galanga, invece, che si presenta in bustine monodose, aiuta a eliminare il 100 per cento della forfora visibile e persistente sin dal primo utilizzo, grazie alle particelle esfolianti e naturali di galanga. Facile e veloce da applicare, ha un tempo di posa di soli due minuti.

www.klorane.com

AnnurKap™
AnnurtriComplex®

LA PRATICITÀ DELL'OROSOLUBILE CONTRO LA CADUTA DEI CAPELLI

Le persone che non riescono o preferiscono evitare di deglutire compresse e pastiglie sono molte di più di quelle che si pensi, per questo Di-Va Health & Beauty lancia il nuovo **Annurkap Orosolubile**, una soluzione pronta e facile da assumere, senza bisogno di acqua. Una volta sciolta in bocca la polvere, il principio attivo si libera per essere in parte ingerito e in parte assorbito dalla mucosa orale. La parte assorbita dalla mucosa orale entra immediatamente in circolo, evitando così sia il passaggio nello stomaco, dove il principio attivo verrebbe parzialmente disattivato, sia il metabolismo di primo passaggio a livello del fegato, raggiungendo più rapidamente il circolo sanguigno. Annurkap è la linea di prodotti che si prende cura dei capelli formulata con AnnurtriComplex®, il principio funzionale a base di melannurca campana Igp realizzato dal Dipartimento di Farmacia dell'Università degli studi di Napoli Federico II, che prolunga la fase di crescita anagen ed estende la fase telogen di rinfoltimento. *Test* clinici su 250 soggetti hanno dimostrato il +125,2 per cento di incremento del numero di capelli per cm^2, il +80 per cento di incremento dello spessore del capello dalla radice alla punta, il +42,1 per cento di incremento del peso in milligrammi dei capelli e il +40,1 per cento di incremento del contenuto in milligrammi di cheratina. Annurkap Orosolubile, senza glutine e lattosio, è indicato anche per la dieta vegana e ha un piacevole gusto di mela.

www.annurkap.it

Ogni giorno ha la sua D

...anche il sabato!

30 caramelle - 12,00 Euro
In farmacia

D3BaseJunior

è l'integratore alimentare di vitamina D_3 in forma di caramella gommosa da 600 U.I. per i bambini dai 4 anni in su. **La vitamina D è necessaria per** la normale **crescita** e lo **sviluppo osseo** nei bambini e contribuisce alla normale funzione del **sistema immunitario**.

Diamo forza alla crescita

WWW.D3BASEJUNIOR.IT

Leggere attentamente le avvertenze

HALIBORANGE®

INDIFESI? IN DIFESA!

In Autunno grande CAMPAGNA PUBBLICITARIA TV!

MEDIASET 5 HD 1 HD 4 HD

VIT D3, B6 E ZINCO

FORMULA POTENZIATA

DAI 14 ANNI

HALIBORANGE IMMUNOSTIMOLANTE

Integratore alimentare con **Vitamine D3, B6 e Zinco per il buon funzionamento del sistema immunitario, Echinacea e Astragalo per le naturali difese dell'organismo, 7 mld di fermenti lattici tindalizzati.**

10 flaconcini

SENZA GLUTINE

HALIBORANGE IMMUNOSTIMOLANTE FORTE

Integratore alimentare con **Vitamine D3, B6 e Zinco per il buon funzionamento del sistema immunitario, Vitamina C; Echinacea e Astragalo per le naturali difese dell'organismo, 7 mld di fermenti lattici tindalizzati.**

20 compresse masticabili o deglutibili

SENZA GLUTINE

da piccoli a GRANDI

Scopri il progetto "Da piccoli a Grandi" per rispondere alle principali esigenze di integrazione di tutta la famiglia.

CONTATTA L'AGENTE DI ZONA O IL CUSTOMER SERVICE: 040. 8997224

Haliborange® è un prodotto Eurospital

Eurospital Spa · Via Flavia 122 · Trieste | **www.eurospital.com**

Haliborange - La Vitamina del Sole @haliborange_d www.haliborange.it

Gli integratori alimentari non vanno intesi come sostituti di una dieta variata, equilibrata e di uno stile di vita sano