n. 59 - 3/2023

iFARMA

NUMBERS
La farmacia vista attraverso i numeri

LA VOCE DELLA BASE
Che c'entra Calvino con i farmacisti?

GESTIONE
Come si valuta il brand di una farmacia?

INNOVAZIONE
La gestione commerciale AI-centrica

iFARMA EDITORE *Periodico mensile - Anno VII numero 59 - Reg. Trib. Milano n. 107 del 14 marzo 2017 - Editore: iFarma Editore s.r.l., via Boscovich, 61, 20124 Milano*

Novità

Dompé

CARDIORITMON
COLESTEROLO

- Contribuisce al metabolismo di **trigliceridi e colesterolo**
  Fieno greco
- Per una regolare **funzionalità** dell'apparato **cardiovascolare**
  Berberis aristata DC.
- Coadiuva il **metabolismo** dei lipidi
  Carciofo

con RITMON COLESYSTEM™ FORMULA SCIENTIFICAMENTE STUDIATA*

SelectSIEVE® OptiChol:
polifenoli altamente standardizzati - principalmente idrossitirosolo - ottenuti dalla produzione di olio di oliva (varietà italiana di oliva coratina)

1 MESE DI TRATTAMENTO CON 1 CAPSULA AL GIORNO

preferibilmente dopo uno dei pasti principali

TEST PER IL CALCOLO DEL RISCHIO CARDIOVASCOLARE

www.cardioritmon.com

Bibliografia: Cardioritmon Colesterolo Foglietto Illustrativo
* Studio in vitro "Studio dell'inibizione dell'attività dell'enzima HMG-COA reduttasi coinvolto nella biosintesi del colesterolo" 2023.

INTEGRATORE ALIMENTARE | SENZA GLUTINE | NATURALMENTE PRIVO DI LATTOSIO

IT-CAR-2300040
Materiale rivolto all'OS

SOMMARIO

3. EDITORIALE
La convivenza con la complessità
4. LA VOCE DELLA BASE
Che c'entra Calvino con i farmacisti?

7. FORMAZIONE
Numbers, la farmacia vista attraverso i numeri
10. FILIERA
Omnicanalità, servizi innovativi, sostenibilità e prodotti a marchio
14. GESTIONE
Come si valuta il *brand* di una farmacia?
16. EVENTI
Un appuntamento imperdibile
20. INNOVAZIONE
La gestione commerciale AI-centrica
22. INIZIATIVE
La sostenibilità degli investimenti
24. AZIENDE
Professionisti di natura
26. IL DIALOGO
Sull'obbligo vaccinale
31.MIXER

40. TEMPO LIBERO
47. PRODOTTI

NUTRIENTI e SUPPLEMENTI

34. Ferro e dieta, tra necessità e falsi miti
È un elemento indispensabile al nostro organismo, non facile da assimilare tramite l'alimentazione. Il professor Giorgio Donegani, esperto di nutrizione e tecnologo alimentare, ci conferma alcuni luoghi comuni e ne sfata altri apparentemente indiscutibili
36. Fratture ossee, azione protettiva del magnesio
Una *review* mette in luce l'importanza del Mg sierico per la prevenzione delle fratture. Un risultato importante da approfondire, per trovare una forma di contrasto efficace al problema della fragilità ossea legata all'età
38. Terapie naturali in ginecologia, da Napoli le novità
Benessere intestinale e vaginale, gravidanza, endometriosi e fibroma uterino sono alcuni ambiti ginecologici in cui è possibile fare ricorso a un'integrazione. Se ne è diffusamente parlato all'ultimo congresso Sifiog di Napoli

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

iFARMA EDITORE

iFARMA EDITORE SRL
via Boscovich, 61 - 20124 Milano
T: 02 2022941
info@ifarma.net
www.ifarma.net

PRESIDENTE
Ismaele Passoni

DIRETTORE EDITORIALE
Dario 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, Rossella Gemma, Eugenio Mealli, Nicola Miglino, Bruno Riccardo Nicoloso, Francesco Zanetti, Paolo Zanini, Marcello Tarabusi

REDAZIONE WEB
Dario Lucisano, Matteo Malvicini

ART DIRECTOR
Floriana di Maio

IMMAGINI
Cristiana Casotti, Edoardo Sardano, archivio iFarma Editore, Dreamstime, 123rf

ADVERTISING
Giancarlo Confalonieri
(giancarlo.confalonieri@passonieditore.it)
Luana De Stefano
(l.destefano@passonieditore.it)
Sara Simone
(sara.simone@passonieditore.it)

AMMINISTRAZIONE
Simona Lena

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 siviste 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.

CGM E-TAG

Migliora l'immagine della tua farmacia

CGM E-TAG rende l'esposizione dei prodotti più chiara
e omogenea per favorire l'acquisto d'impulso e in autonomia.

DIRETTIVA UE "OMNIBUS"

VUOI EVITARE DI INCORRERE IN SANZIONI?

CGM E-TAG ti permette l'aggiornamento istantaneo dei prezzi e promozioni in maniera integrata al gestionale.

www.cgm.com/it

CGM | PHARMAONE
I servizi di CompuGroup Medical per la farmacia

CGM CompuGroup Medical

EDITORIALE

La convivenza con la complessità

Laura Benfenati
direttore

Nel bell'articolo che trovate a *pagina 18* sull'importanza del *brand* di una farmacia, scritto da un farmacista e da un commercialista, si parte dal presupposto che "L'evoluzione dei mercati porti inevitabilmente con sé complessità, la quale dovrà sempre essere dominata da esperienza e competenze" e quindi "Il titolare è chiamato a investire non solo nelle capacità del personale, ma anche in sistemi organizzativi, modelli di *business* sostenibili, strategie di *marketing*"...
Sappiamo che una parte dei titolari, coloro che non si rassegnano al fatto che l'aspetto "impresa" talvolta sovrasti quello professionale, storceranno il naso sentendo parlare di *brand*, di *business* e di *marketing* ma non si può negare il radicale cambiamento in atto nella farmacia italiana. Lo ha sottolineato di recente anche il presidente di Federfarma Marco Cossolo, ribadendo che si tratta di una rivoluzione professionale, gestionale-organizzativa ed economico-finanziaria e che per gestirla servono conoscenza e consapevolezza.
Hanno voglia di approfondire e di conoscere sicuramente i quasi 2.000 farmacisti che hanno partecipato a *Numbers*, l'evento organizzato da *iFarma* con Federfarma, con il contributo non condizionante di Dompé, che ha coinvolto i presidenti regionali del sindacato e 40 commercialisti in 18 sedi per una giornata intensa di formazione di cui potete trovare, iscrivendovi, le 140 *slide* e i video al link: *bit.ly/numbers2023*.
Conoscenza del conto economico, delle questioni patrimoniali e finanziarie, dei *benchmark* di riferimento sono oggi imprescindibili: lo sapete, per esempio, che l'incidenza del costo del personale in una farmacia varia tra il 40 e il 60 per cento del margine commerciale e che valutarlo sul fatturato (i famosi 300.000 euro a persona) non ha più alcun senso?
Il direttore di Milano Finanza Roberto Sommella a *Numbers* ha raccontato che l'Italia ce l'ha fatta e ce la farà grazie alle piccole imprese, come le farmacie, alla faccia della globalizzazione. Sono però appunto imprese, e come tali non si possono fermare. In altri due *roadshow* che stiamo portando in giro per l'Italia, il primo grazie a Th.Kohl, Pharmathek e Pharmagest, il secondo grazie a Teva, affrontiamo rispettivamente il tema degli investimenti in farmacia, indispensabili per crescere, e quello della sostenibilità economica e sociale dell'impresa.
Su quest'ultimo argomento c'è tantissimo da fare perché paradossalmente a sostenibilità non viene solitamente associata la parola farmacia – l'azienda sanitaria più territoriale e vicina alle persone – come ci ha raccontato Erika Mallarini.
E allora presenteremo tante *case history* utili ai colleghi, come quella di Alice Diena, farmacista di Recco, che ci ha raccontato le politiche di *welfare* a favore delle collaboratrici mamme, che hanno portato la sua farmacia a essere richiestissima dalle colleghe donne, in un momento in cui la ricerca di personale è molto difficile.
Insomma, c'è tantissimo da fare in questo momento e per noi di *iFarma* da raccontarvi e da organizzare: gli incontri sul territorio sono sempre stimolanti e ricchi di confronti utili.
Qualcuno non l'ha capito, come un presidente regionale che ha preferito non organizzare *Numbers*, privando i suoi associati di un'opportunità di crescita importante, oppure quello di un'associazione provinciale che ha deciso di annullare una serata *iFarma* per dare spazio a un Ecm voluto dal presidente di Ordine. Scelte politiche incomprensibili che immaginiamo poco interessino alla base, molto concreta, dei titolari di farmacia.
Inaugureremo un nuovo *tour* di 10 tappe dopo l'estate sempre su argomenti per voi interessanti, questioni finanziarie e bancarie. Noi partiamo dalle vostre esigenze, sempre, e il futuro della farmacia ci sta a cuore come sta a cuore a voi.
I *Numbers* ci stanno dando ragione e di questo vi ringraziamo: grazie a tutti i titolari che con entusiasmo continuano a credere che la rivoluzione in atto si affronti solo uscendo dalle proprie farmacie e continuando ad approfondire e a studiare.
Convivere con la complessità e con la molteplicità, come ci racconta il collega Paolo Zanini nel bellissimo articolo di pagina 4, non è difficile. È però indispensabile organizzarsi. ■

LA VOCE DELLA BASE

Che c'entra Calvino con i farmacisti?

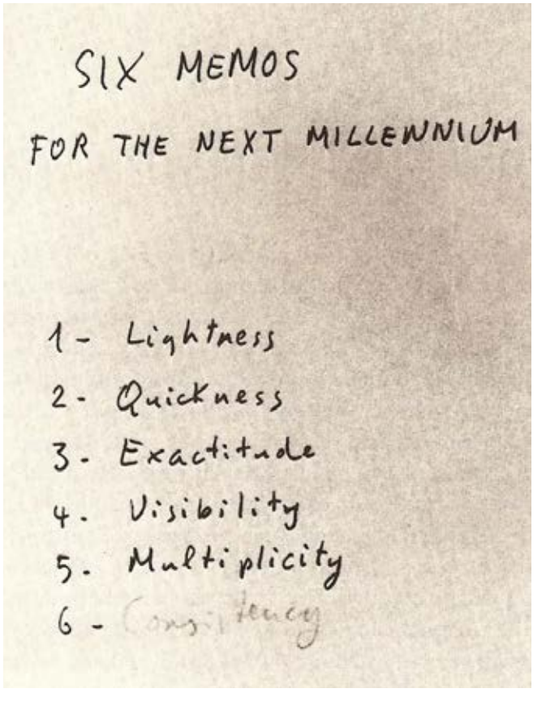
C'entra, c'entra. Dagli anni '80. Da quando, nelle sue "Lezioni americane", ci ha fornito le parole chiave che descrivono il futuro, anche quello della farmacia del terzo millennio

Italo Calvino, di cui ricorre quest'anno il centenario dalla nascita, è autore troppo noto per spendere altre parole sulla sua opera.
Ciascuno dei suoi lettori, magari in momenti diversi della vita, ha avuto il suo libro preferito. Da ragazzo m'identificavo in Cosimo Piovasco di Rondò, il Barone rampante, poi ho amato *Le città invisibili*; infine, quando ho dovuto riflettere sul senso del mio lavoro e sulla direzione da prendere nel futuro, ho trovato aiuto e conferme nelle *Lezioni americane*, l'ultimo atto della sua produzione.
In quelle lezioni, "*Six memos for the next millennium*", di cui solo cinque sono state scritte ma mai tenute, e la sesta conosciuta solo per il titolo, Calvino parla di "valori o qualità o specificità... che mi stanno particolarmente a cuore". Ragionando di letteratura pone questi termini come dei riferimenti per il futuro, dei concetti che sembrano essere parte dell'attrezzatura fondamentale di chi si muoverà e agirà nel terzo millennio. Valori che vanno oltre l'interesse letterario per assumere un significato generale, di rappresentanza del tempo che stiamo vivendo, significativi in ogni campo di attività.
Non smetto mai di meravigliarmi per la lucidità di visione che contraddistingue questa breve selezione di parole: da farmacista cui è capitato di dover compiere delle scelte per se stesso e per i colleghi, tante volte mi sono trovato, nel pensare all'idea di farmacia del futuro, a riconoscere l'importanza e la centralità di questi concetti.
Ecco quindi le sei parole chiave per la professione del terzo millennio:

- *Lightness* (leggerezza)
- *Quickness* (rapidità)
- *Exactitude* (esattezza)
- *Visibility* (visibilità)
- *Multiplicity* (molteplicità)
- *Consistency* (coerenza)

Una di queste mi ha colpito più delle altre perché mi ha aiutato a cambiare idea; è stata importante per me e forse per le persone con cui ho condiviso qualche anno di riflessione e attività "sociale" con i farmacisti: la molteplicità.
Per anni, sulla scia dei nostri predecessori, avevamo cercato di formulare, proporre e favorire un'idea di farmacia: professionale, si diceva, seria, rigorosa, onesta e via dicendo.
Tante belle parole, ma com'era possibile declinarle nel tentativo di coinvolgere il maggior numero di colleghi? Anche tra noi, un gruppo di amici solidali, attivi, disponibili, c'erano tante differenze di talento, di passione, di sensibilità: come si poteva trovare un'idea di farmacia unificante?
A un certo punto, grazie anche a questo libro che mi è capitato in mano al momento giusto, o meglio a una sua rilettura al momento giusto, ho capito che l'idea della "farmacia modello" era sbagliata. Nel terzo millennio non esiste "un" modo di fare le cose, in nessun campo: il terzo millennio è il tempo della molteplicità, della diversità di modi d'essere e di agire.
Quindi non esiste il modello giusto di farmacia, ma ci sono tanti modi di fare la farmacia, tante farmacie diverse in cui tanti farmacisti (diversi tra loro, con le loro passioni, talenti, possibilità) forniscono un servizio diverso a persone diverse.
Ci saranno, e ci sono effettivamente, tante farmacie differenti, più o meno commerciali, più o meno orientate ai servizi, più o meno grandi, più o meno appariscenti, più o meno specializzate, e anche in questo con tante possibili specializzazioni diverse, così come sono tante e diverse tra loro le storie, le vite e quindi le esigenze delle persone che si rivolgono alla farmacia. Ciascun utente, quindi, dovrà poter scegliere la sua farmacia.

Valori che vanno oltre l'interesse letterario per assumere un significato generale, di rappresentanza del tempo che stiamo vivendo, significativi in ogni campo di attività

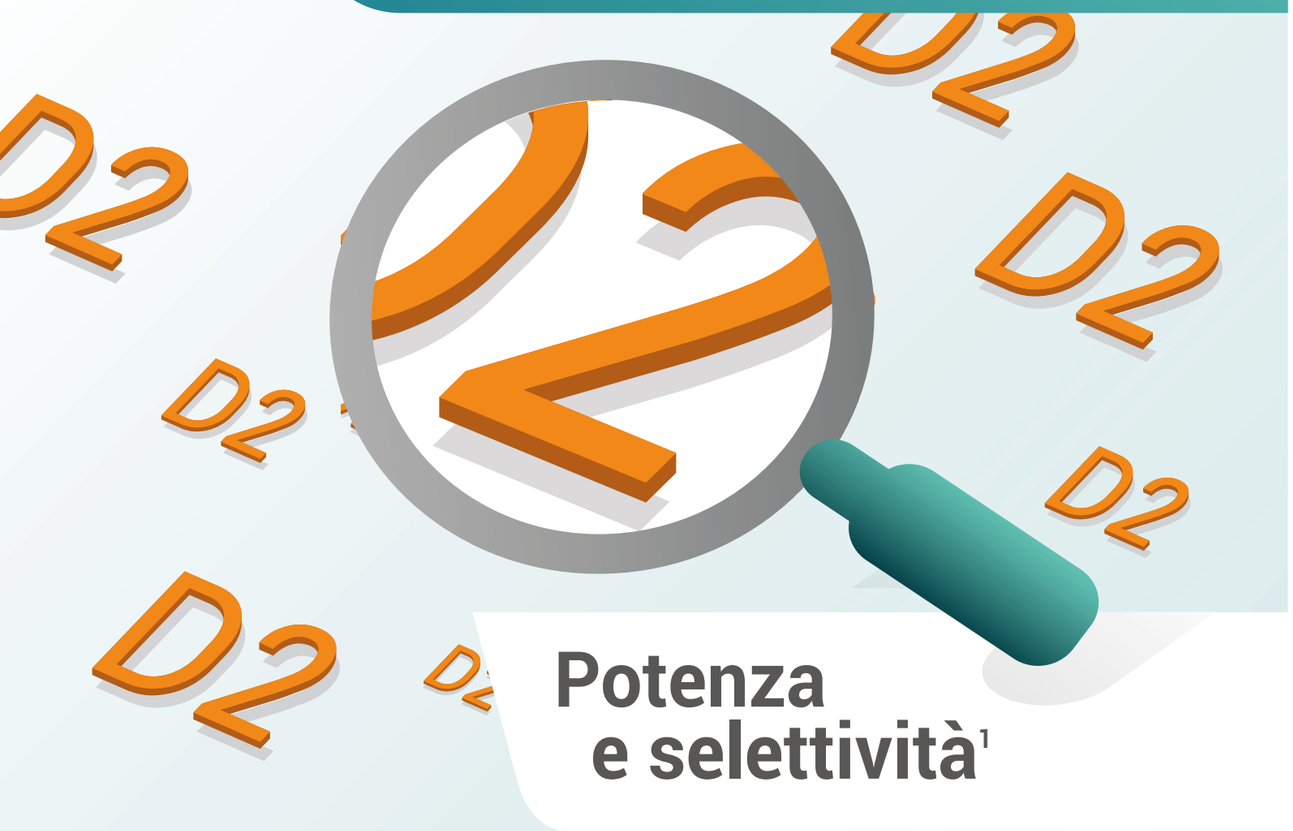


Fissato questo caposaldo – che tanto saldo quindi non è – gli altri valori citati da Calvino se declinati correttamente sono le condizioni necessarie per fare le cose bene.
La coerenza è indispensabile: una volta che sai cosa fare (perché, in fondo, hai capito chi sei e quindi quale farmacista/farmacia sei) devi fare quello, non puoi divagare qui e là. Fai coerentemente quello che è meglio che tu faccia e che ti corrisponde, senza correre dietro a modelli non tuoi.
L'esattezza è altrettanto indispensabile: se fai una cosa la devi fare seriamente, per bene, altrimenti non funziona. Puoi essere una farmacia galenica, ma devi farlo bene, puoi essere una farmacia commerciale, ma devi farlo altrettanto bene.
E devi farlo mantenendo la rapidità che serve, sia nel servizio – quanto abbiamo accelerato nel fornire risposte? Sono anni in cui si corre – che nell'adattarsi al nuovo, ai mutamenti della realtà. Se sei veloce è meglio.
Per essere veloci la leggerezza è una qualità irrinunciabile, non si possono portare fardelli inutili, si fatica per nulla. E leggerezza è anche la capacità di lasciar perdere l'inutile, di scegliere cosa trascurare. Magari qualche adempimento burocratico? O la tendenza al controllo che spesso ci contraddistingue, da piccoli imprenditori che non sanno delegare? O tutte quelle cose che possiamo lasciar fare agli altri: contabilità, riordini, mille cose che, a seconda delle situazioni, possono alleggerire il nostro lavoro, permettendoci di impegnarci in quello che ci piace, ci riesce meglio ed è quindi più efficace. Leggerezza è abbandonare la paura di non riuscire, del confronto con i colleghi vicini, del giudizio altrui.
Infine la visibilità, forse il valore più ovvio nel nostro tempo, anche se non sempre facile da mettere in atto: se fai qualcosa e non lo dici, o non lo fai vedere, è inutile che tu lo faccia. Oggi lo sanno tutti.

Ecco, tutto così ovvio che pare facile. Non finirò però di stupirmi per il fatto che Calvino queste cose oggi così ovvie le aveva viste, scritte e messe a nostra disposizione quarantacinque anni fa. Era la metà degli anni '80. Era un altro mondo. ■

Paolo Zanini,
farmacista

LIMICAN®
alizapride cloridrato



Potenza e selettività[1]

D2

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: LIM23PB001 – RCP incluso
Depositato presso AIFA in data 16/01/2023

LIMICAN 50mg – compresse – CLASSE C-RR
Prezzo: 17,00€

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

(RCP LIMICAN)

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

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

Numbers, la farmacia vista attraverso i numeri

L'evento-progetto di formazione nato dalla collaborazione tra iFarma Editore e Federfarma, con il contributo non condizionante di Dompé, si è svolto sabato 27 maggio a Roma e in contemporanea in 18 sedi organizzate con le Federfarma regionali. Un'occasione straordinaria che ha visto circa duemila titolari e 40 commercialisti ragionare sulle questioni macroeconomiche e sugli aspetti economici, patrimoniali e finanziari della farmacia

di Rossella Gemma

Duemila farmacisti collegati, diciotto Federfarma regionali coinvolte, quasi 40 commercialisti che hanno analizzato gli aspetti economici, patrimoniali e finanziari inerenti la farmacia. Sono stati questi gli incredibili "*numbers*" della giornata di formazione voluta da *iFarma* Editore e Federfarma, organizzata con il contributo non condizionante di Dompé, che lo scorso 27 maggio a Roma, e in contemporanea nelle altre città, ha approfondito l'impatto che avranno sulla farmacia le questioni macroeconomiche, nazionale e internazionali, delineando le misure che i farmacisti titolari possono mettere in campo per non navigare a vista. Un evento senza precedenti per numeri, per contenuti e *format* in un momento storico come quello che vive oggi la farmacia, in cui è sempre più necessario combinare la formazione professionale con quella manageriale.

«Gli ultimi dati Iqvia che evidenziano una crescita del comparto dell'1,4 per cento per il 2023 – ha dichiarato in apertura di lavori il presidente di Federfarma Marco Cossolo – ci confermano come, negli ultimi anni, si sia assistito a un forte cambio reputazionale della farmacia, divenuta nella considerazione generale un presidio di primo accesso alla salute. E questo è successo perché si è compiuto il passaggio da una farmacia che dispensa il prodotto a una farmacia come punto di accesso alla salute. Tutti i cambi normativi stanno andando e andranno proprio in questa direzione: *in primis*, quella di dare la possibilità alla farmacia di avere un locale esterno, o interno, identificato da una croce con la scritta "farmacia dei servizi". Questo è ineludibile per la politica – ha continuato Cossolo – ma ci pone di fronte al tema fondamentale del cambiamento di mentalità, che potrà avvenire attraverso tre tipi di formazione: professionale, gestionale-organizzativo, ma soprattutto economico-finanziaria, che abitui i farmacisti a ragionare su investimenti di lungo termine».

UN FORMAT INNOVATIVO PER UNA FORMAZIONE CHE MANCAVA

Un evento finora unico nel suo genere quello di *Numbers*, che ha richiesto uno sforzo

straordinario da parte degli organizzatori, come ha sottolineato il Coordinatore del Centro Studi Federfarma, Marco Nocentini Mungai, che ha costruito il programma dell'evento insieme al presidente di Federfarma Lazio, Eugenio Leopardi, e ai commercialisti dello Studio Guandalini di Bologna: «Mai come oggi la lettura e la comprensione del conto economico e dello stato patrimoniale della propria farmacia sono fondamentali sia per fare scelte per il futuro sia per analizzare quelle già compiute». «La vocazione del farmacista è quella di somministrare salute ai pazienti – ha concluso Nocentini Mungai – ma parallelamente è necessario avere una corretta gestione economica dell'impresa farmacia senza la quale si avrebbe una situazione sbilanciata e non sostenibile nel tempo».

Del grande potenziale racchiuso nel mondo della farmacia ha parlato anche Davide Polimeni, *Chief Business Unit Officer Primary&Specialty Care* di Dompé. «Come azienda vogliamo esercitare un ruolo sempre più attivo nel sistema salute, e per fare questo è necessario un dialogo costante con *partner* fondamentali come le farmacie, la cui crescita reputazionale negli ultimi anni ne ha attestato il valore sociale. È per questo che sosteniamo progetti come Numbers, che vanno proprio nella direzione di accrescere la consapevolezza e la professionalità dei farmacisti anche sotto il profilo imprenditoriale».

PREVISIONI OTTIMISTE IN UNO SCENARIO NON FACILE

Parola d'ordine per il futuro della farmacia: ottimismo. È infatti uno quadro rassicurante quello tratteggiato dal direttore di Milano Finanza, Roberto Sommella, nella relazione introduttiva di *Numbers*. Nonostante il panorama turbolento degli ultimi anni, sia sotto il profilo sanitario sia geo-politico, «le farmacie nel nostro Paese hanno mostrato resilienza, versatilità e intelligenza», ha confermato. «Durante la pandemia hanno avuto un ruolo importante rappresentando, tra l'altro, un centro di ascolto e di accompagno che ha sopperito a tante mancanze del tessuto socio-sanitario territoriale in una società sempre più "vecchia"».

Dopo il Covid, è arrivata anche la guerra in Ucraina che, sul fronte economico, aveva portato a previsioni drammatiche. «Le cose, invece, sono andate meglio del previsto: il Pil ha tenuto, crescendo addirittura dell'1,85 per cento dall'inizio del conflitto. Il merito, indubbiamente, è delle piccole-medie imprese, quelle con meno di 10 dipendenti, più agili nel gestire i cambiamenti. E tra queste, vanno sicuramente annoverate le farmacie», ha proseguito Sommella.

Ma in che modo l'attuale scenario economico impatta sull'attività delle farmacie? In verità, secondo il direttore di Milano Finanza, il futuro, a dispetto di quanto si vuole raccontare, è migliore del previsto. «La recessione, annunciata dai maggiori istituti di ricerca, di fatto non c'è stata anche grazie alle piccole e medie imprese che, prima dell'ultimo triennio, erano considerate una vera e propria zavorra per l'economia che andava dritta verso la globalizzazione. Le Pmi si sono invece rivelate il cuore pulsante del sistema grazie alla loro straordinaria capacità di reagire e di cambiare assetto. Farmacie *in primis*».

«Ma se il Pil ha tenuto, l'inflazione invece – ha aggiunto Sommella – si è gonfiata a dispetto della discesa dei costi di produzione, per esempio sul fronte energia. Ed è proprio l'inflazione il nemico pubblico numero uno. La Bce, per farvi fronte, ha alzato i tassi di interesse, con l'unico risultato di rendere più cari i mutui e i prestiti a famiglie e imprese, colpite da un fenomeno inflattivo che non si vedeva da oltre 40 anni». Tutto sommato, però, la "nave Italia" continua a navigare senza grandi turbolenze. Per Sommella, in definitiva, lo scenario è ottimistico ma ciascuno può e deve essere protagonista dell'andamento economico generale perché «a guidare l'imprenditore, e quindi anche il farmacista, c'è la variabile comportamentale di cui nessuno tiene conto e che, invece, può stupire sempre di più per il meglio».

LA FARMACIA? UN'IMPRESA CHE FA PROFESSIONE

E quindi, come si legge un bilancio e come si analizza il conto economico? Ma anche, come si esamina lo stato patrimoniale della farmacia, considerando non solo gli indicatori di redditività ma anche quelli di solidità patrimoniale? Su questi e molti altri quesiti si è concentrata a Roma la relazione di Marcello Tarabusi e Giovanni Trombetta, commercialisti e *senior partners* dello Studio Guandalini, nel *board* della giornata di formazione. «Cerchiamo ogni giorno di far capire ai farmacisti che la loro è un'impresa che fa professione», ha sottolineato Marcello Tarabusi nella sezione dedicata al "Mestiere d'impresa". «Cioè eroga servizi professionali ma deve operare come un'impresa. Per poterlo fare correttamente bisogna conoscere i flussi finanziari di tutti i mercati in cui opera, dei capitali, dei fattori produttivi, dei servizi e dei prodotti che eroga, e monitorarli attraverso una corretta gestione contabile».

Organizzare in modo adeguato l'impianto amministrativo-contabile della farmacia permette dunque, da un lato, di misurare i risultati della gestione e, dall'altro, di pianificare l'attività in funzione della prevenzione del rischio che la farmacia abbia delle difficoltà economiche. «Abbiamo spiegato cosa sono gli indicatori gestionali, i margini, cosa sono gli indici di bilancio e, in qualche modo, come funziona il sistema di produzione del reddito della farmacia attraverso la rotazione del capitale».

Ma il controllo mensile dei flussi di ricavo è sufficiente per effettuare scelte strategiche? Lo ha spiegato Giovanni Trombetta nella seconda sessione, dal titolo "Il conto economico", prendendo in esame la statistica e il contenuto, in termini di corretti rapporti tra costi e ricavi, di un campione di dati analitici di circa 300 farmacie seguite dallo Studio Guandalini e un altro campione di dati sintetici elaborati dai bilanci di circa 1.600 farmacie in forma di società di capitali, inserito nella banca dati Aida (Analisi informatizzata delle aziende italiane).

«Abbiamo potuto riscontrare che la farmacia oggi, dal punto di vista economico, ha dei fondamentali decisamente positivi. Anzi, dal punto di vista della marginalità in termini di Ebitda, si rileva che ha un dato decisamente importante. Questo soprattutto nelle farmacie di proprietà dove ancora non sono entrati i capitali». Lo stesso andamento si registra anche scandagliando il conto economico delle farmacie appartenenti alle cosiddette catene reali, piuttosto che in quelle rimaste di proprietà ai farmacisti indipendenti.

La buona notizia, numeri alla mano, è che l'investimento in farmacia è ancora un investimento produttivo e redditizio.

«Il confronto della redditività di un investimento nella gestione della farmacia – hanno concluso Trombetta e Tarabusi nella sessione finale dal titolo "La patrimonializzazione della farmacia" – rispetto all'ipotesi di un farmacista che abbia venduto la farmacia prima del 2020, evidenzia che i rendimenti finanziari del capitale derivanti dalla vendita, tenendo conto anche delle perdite manifestate sui mercati finanziari, azionari e obbligazionari nell'ultimo anno, sarebbero stati inferiori rispetto alla redditività che ha generato la gestione della farmacia nello stesso periodo temporale». ■

FILIERA

DA SINISTRA: LEONARDO SOLDATI, NICOLA STRAMPELLI, MARCO MACCHI, ANGELO LAZZARIN, MARIA ANTONIETTA IACOVACCIO, VITTORINO LOSIO LAURA BENFENATI, ALESSANDRO ORANO, VALTER GIACCHI DI BIONIKE, JACOPO REBOSIO DI BOIRON, ALESSANDRO ROSSO E SARA VERONESI

Omnicanalità, servizi innovativi, sostenibilità e prodotti a marchio

La prima convention nazionale di Cef è stata un grande successo: solo un patto forte tra i farmacisti e le loro cooperative può consentire la costruzione del nuovo modello di farmacia che si aspettano i clienti-pazienti

di Laura Benfenati

Un grande successo la *convention* Cef di Baia Samuele in Sicilia, con oltre 500 partecipanti e molte aziende *sponsor*. Nel saluto di apertura, il presidente della più grande cooperativa italiana Vittorino Losio ha sottolineato quanto la vera alternativa al capitale sia rappresentata proprio dalle cooperative dei farmacisti e quanto sia necessario crederci e continuare a investire: «Siamo nati nel 1934 per tutelare la farmacia, fatturiamo 1 miliardo 450 milioni, abbiamo 2.500 soci e oggi siamo cresciuti tanto mettendo insieme molte realtà. Dobbiamo farlo ancora per diventare più forti. Avviamo ora la costruzione di un nuovo magazzino in provincia di Brescia di 22mila metri quadrati. C'è un salto di qualità che tanti si aspettano da noi, abbiamo lanciato l'*e-commerce*, abbiamo acquistato farmacie. La rete è la nostra forza in questo mondo in continua evoluzione, per garantire che la farmacia sia sempre più accessibile e abbia una presenza forte sul territorio».

Il direttore generale di Cef Alessandro Orano ha raccontato il percorso fatto in questi anni con tutte le singole cooperative per arrivare a un'unica *corporate identity*: «Penso a quando abbiamo creato l'insegna e il logo della cooperativa, che poi è stato anche premiato, c'è stato tanto studio sui prodotti a marchio, c'è oggi grande commozione ricordando quanto lavoro è stato fatto da tante persone. Il *focus* ora è principalmente sui servizi, per procedere anche con *screening* supportati da accordi con compagnie assicurative».

LA TAVOLA ROTONDA CON I RAPPRESENTANTI DELLE ISTITUZIONI

Andrea Cicconetti, presidente di Federfarma Roma, alla tavola rotonda istituzionale ha fornito dati sugli esami persi durante l'emergenza Covid e sull'incremento dei servizi nelle farmacie: «Tra il 2020 e il 2022 sono stati persi un milione di esami. Le prestazioni di telemedicina in farmacia sono passate da 362.129 nel 2020 a 1.106.287 [*dati HTN*]. Il Covid ha portato decentralizzazione di alcune attività e la farmacia può fare la sua parte. Non dobbiamo perdere l'attimo».
«Stiamo attraversando una fase delicata», ha detto il presidente della Fofi Andrea Mandelli. «C'è continua interlocuzione con il ministro Schillaci e con il sottosegretario Gemmato. Nella Regione Marche, il presidente Acquaroli ha compreso prima di tutti quanto sia importante il nostro ruolo e ci stiamo preparando per la vaccinazione per l'Herpes ma anche, in prospettiva, per quella per pneumococco e HPV. In Lombardia è stato chiuso l'accordo per alcune vaccinazioni pediatriche».
Il segretario di Federfarma Roberto Tobia ha ribadito che «partendo dalla legge delega sulle politiche in favore delle persone anziane, la gestione del paziente cronico rappresenta un ambito fondamentale per noi: i servizi cognitivi sono il futuro della farmacia. Ora serve un nuovo sistema di remunerazione e prioritaria è la telemedicina: le farmacie che la fanno sono più di 9.400. È importante rispondere ai questionari che le vostre associazioni provinciali vi hanno inviato: l'Agenas vuole mappare le farmacie che stanno già facendo servizi di telemedicina o sono intenzionate a farli.
Clara Mottinelli del Sunifar ha sottolineato: «La prossimità rimane un punto di forza ma bisogna evolvere. Il questionario è importante per traghettarci in un sistema convenzionato. Un altro tema importante è quello dell'appropriatezza di questi servizi e dobbiamo lavorare in grande sinergia con tutti gli altri operatori sanitari».
E le reti? «Sistema farmacia Italia è nata per dare risposta alle farmacie in termini di competitività», ha detto l'ad Maurizio Stroppa. «Siamo ripartiti con un protocollo di intesa tra Federfarma.Co e SFI con *asset* importanti anche digitali e una struttura che può mettere a terra progetti di *pharmaceutical care* con le società scientifiche e l'industria. I primi? Su ansia lieve, farmacia cardiologica e prevenzione del tumore alla prostata».
Di reciprocità ha parlato il presidente di Federfarma Servizi Antonello Mirone: «Per fare meglio i professionisti sanitari i numeri della farmacia devono essere sotto controllo, ma anche quelli del *partner* distributivo, le cooperative che ci consentono di essere all'altezza dei compiti richiesti. La distribuzione intermedia non è in grado di sostenere altri costi, serve un patto forte di reciprocità con i farmacisti. Dal 2017 c'è il capitale che si sta organizzando e la cooperativa tutela chi vuole rimanere libero e indipendente in questo mercato».

PROGETTI E INNOVAZIONI

Molti i progetti e le innovazioni realizzate dalla rete Cef La farmacia italiana nell'ultimo anno, che comprende 783 farmacie (426 associate di primo livello e 357 affiliate di secondo livello) a cui si aggiungono le 600 di Farmaciainsieme, se ne è parlato ampiamente alla *convention*: «Cef La farmacia italiana è la prima rete che pone al centro della sua strategia la relazione tra farmacista e paziente», ha spiegato Maria Antonietta Iacovaccio, direttore Retail, che ha raccontato *app*, *e-commerce*, supporti alla farmacia digitale e alla gestione dei *social* e con l'aiuto di tre titolari di farmacia alcune iniziative. Nicola Strampelli si è rivelato entusiasta del nuovo *format* della rete, realizzato con ITAB Italy. Marco Macchi ha illustrato l'innovativo progetto "Farmacia sostenibile", realizzato con Chiesi e Nativa per limitare le emissioni di Co2 nelle farmacie. Il progetto è partito con una fase pilota e dalla *convention* sarà esteso a tutte le farmacie che vorranno aderire: «La ricetta della "Farmacia Sostenibile" vuole essere una risposta tangibile agli obiettivi europei di neutralità climatica, che stabiliscono la riduzione di almeno il 55 per cento delle emissioni entro il 2030».
Si è parlato di sostenibilità economica poi con Angelo Lazzarin: «La farmacia è, come l'Etna, in continua evoluzione e il legame con la sua cooperativa - che fa da magazzino, chiude 62 accordi e garantisce a video 15.000 referenze scontate - è fondamentale per affrontare i cambiamenti».

LA FORZA DEL PRODOTTO A MARCHIO

Dei punti di forza dei prodotti a marchio hanno parlato Alessandro Rosso, Head of marketing e *private label* di Federfarma. Co e Sara Veronesi, Head of marketing e *private label* di Cef. Rosso ha raccontato l'evoluzione del prodotto a marchio, che vuole essere migliore del concorrente, esclusivo e specialista: «L'incidenza del prodotto a marchio nel nostro canale rispetto alla Gdo è ancora bassa, c'è ancora molto da fare. Si parla infatti in Gdo del 28 per cento di incidenza del marchio del distributore rispetto a circa il 4 per cento presente nel settore farmaceutico, mercato in cui si attesta a circa 0,9 mld di valore. Inoltre, tra Grande distribuzione e farmacia è differente il livello di maturazione e di consapevolezza della gestione della marca privata. In Gdo siamo già arrivati alla IV/V generazione di sviluppo dove il prodotto è il *leader* del segmento ed è in grado di innovare e di anticipare il mercato. Nel canale farmaceutico siamo invece a metà fra la III e la IV generazione ancora a ruota rispetto ai *brand leader*». Infine, è differente la gestione del marchio privato fra le farmacie indipendenti (riunite in *network* e catene virtuali) e quelle legate a catene di capitale: «Fatto 100 il totale del giro d'affari, la *private label* vale il 68 per cento del giro di affari complessivo nelle catene di proprietà e appena il 16 per cento nelle farmacie indipendenti».
Sara Veronesi ha sottolineato quanto per i farmacisti il prodotto a marchio rappresenti un'opportunità in termini di marginalità e di fidelizzazione del paziente e sia sinonimo quindi di valore: «La parola valore ha un significato ben più ampio di quello riconducibile all'ambito puramente economico. Dobbiamo pensare da consumatori e capire che oggi il prodotto viene scelto perché incorpora ciò che è realmente importante per chi lo preferisce

e quindi sostenibilità, ricerca, efficacia, sicurezza, unicità che sono anche gli elementi che ci guidano nello sviluppo del portafoglio dei prodotti a marchio».

UN NUOVO MODELLO DI FARMACIA

Leonardo Soldati di Iqvia ha raccontato come i grossisti negli ultimi anni si siano dimezzati e che il 57 per cento del mercato è gestito dai primi cinque. Nove grossisti su dieci hanno un *network* di farmacie: «Catene e *network* rappresentano il 21 per cento del mercato in farmacia, mercato previsto in crescita dell'1,4 per cento nel 2023, e la riconoscibilità delle farmacie come presidio sanitario fondamentale da parte dei cittadini aumenta anno dopo anno». Gadi Schoenheit, vicepresidente di Doxapharma, ha presentato l'annuale Barometro Farmacia. Quest'anno l'indagine è stata fatta su 2.000 clienti: il 61 per cento ha una farmacia di riferimento ma se necessario si reca in altre per una serie di servizi che la sua non offre. «La farmacia abituale in una frase è disponibilità, assortimento, comodità, professionalità ed efficienza. Dopo la vicinanza a casa o al lavoro, i motivi della scelta di una farmacia sono strettamente legati al suo personale nel 70 per cento dei casi. Il punto di forza rimane sempre il farmacista, che quando c'è riduce la barriera dell'*on line*». E i desideri? La possibilità di avere consiglio e consulenza professionale, consulenze dermatologiche, *test* e *screening* di prevenzione, servizi infermieristici e di monitoraggio dell'aderenza alla terapia, assistenza domiciliare. «Il Covid ha promosso un nuovo modello di farmacia: sia *indoor* (più incentrata sulla consulenza e il consiglio), sia *outdoor* (con un ruolo all'interno della sanità del territorio). C'è quindi una significativa aspettativa di ruolo, il cosiddetto terminale intelligente della sanità del territorio. I clienti si aspettano che la farmacia esca dal suo ruolo tradizionale interagendo con la sanità del territorio e aiuti il paziente a completare, anche grazie alla telemedicina, il suo *patient journey*».

OMNICANALITÀ E NUOVI SERVIZI

Emanuela Belloni, economista aziendale ed esperta in comunicazione, ha sottolineato quanta strada ancora ci sia da fare per far conoscere all'esterno quello che la farmacia fa: «Provate a pensarci: se una cosa non la conoscete non esiste. Tutte le indagini vengono fatte su chi già conosce la farmacia non su tutti i clienti potenziali che ancora non avete incontrato».
E quindi non si può prescindere dall'omnicanalità, da processi integrati, da servizi identitari ma anche di specializzazione e di diversificazione. «Il 44 per cento delle farmacie non ha presenza digitale, non ha né *social* né sito *e-commerce* secondo una recente indagine Digital Pharmacy Monitor, c'è tantissimo da fare nell'allestimento di nuovi servizi ma anche - ed è fondamentale - nella loro divulgazione».

Rossella Miracapillo, responsabile dei servizi al paziente di Cef ha travolto, con un grande entusiasmo, la platea raccontando risultati e potenzialità di servizi vecchi e nuovi offerti dalla cooperativa. «La telemedicina è importante per chi soffre di ipertensione quindi quasi per il 20 per cento dei pazienti, la magnetoterapia per chi soffre di artrite, quindi il 16 per cento. E poi autoanalisi e tanti altri servizi importanti per i cronici. Potete muovervi in autonomia ma tutte queste attività devono essere a norma di legge, la selezione da parte di una struttura centrale come la nostra avviene in base a certificazioni e a *standard* molto alti. La farmacia ideale per noi fattura oltre 70.000 euro di servizi». ■

LA CACCIA AL TESORO *RETAIL*

Fabrizio Valente, direttore di Kiki Lab, con il direttore Retail di Cef Maria Antonietta Iacovaccio ha organizzato a Ragusa Ibla una Caccia al tesoro Retail con i farmacisti e l'indomani un *workshop* per esaminarne i risultati. Divisi in piccoli gruppi, guidati da un *tutor*, siamo andati in un centro commerciale a identificare in tre negozi (nel mio gruppo Coop-Kiko Make up e Upim) le innovazioni di valore, i punti di forza e di debolezza. Li abbiamo scritti su *post it* e consegnati a Fabrizio: «L'obiettivo della Caccia al tesoro è stato innanzitutto sperimentare **un metodo diverso per stimolare riflessioni sul moderno *retail***: uscite dalle vostre farmacie e portatevi nuovi stimoli guardando cosa si fa in altri settori».
Alcuni degli aspetti che hanno colpito di più i farmacisti sono stati nei negozi Nau l'attenzione alla sostenibilità (piantano alberi per ridurre le emissioni di C02) e il controllo gratuito della vista con prenotazione tramite QR Code fuori dal negozio: «Avete poi osservato che hanno il ***Pay pal* con pagamento a rate** e che offrono molta personalizzazione del servizio con diverse montature create *ad hoc* in base alle richieste del cliente». In Kiko Make Up hanno colpito i farmacisti i negozi senza vetrina che sono essi stessi vetrina, **la linea sostenibile Green me**, i prodotti Most love (i più amati dai clienti), l'importanza dell'esperienza anche in un negozio piccolo. Della Coop il punto di forza è senza dubbio l'investimento nel prodotto a marchio con anche linee *premium* di maggiore qualità e prezzo.
«In Coop si dà grande visibilità alla *fidelity card*, c'è un'evoluzione nel *design* e nei colori del *lay out*, un'attenzione amplificata alla sostenibilità e una strategica collaborazione con un concorrente come Amazon, con un suo *locker* che crea traffico», ha spiegato Valente. E in Sephora hanno colpito molto la grafica, **la *gift card*, l'esperienzialità, lo spazio alle novità, il grande lavoro sullo scaffale e sul *self service***. «In Calzedonia c'è molto *cross selling*, bella l'esposizione "Mamma e bimba" e l'attenzione all'omnicanalità", ha sottolineato Iacovaccio. E da notare un progetto sociale che dura nel tempo sul cyberbullismo.
Un'ultima osservazione di Valente a conclusione del *workshop*: **perché sprecare gli sconti?**
«Azzerate la sensazione di invadenza che potreste avere nel chiedere il cellulare ai vostri clienti, lo fate con gentilezza per poter poi fornire loro informazioni e *benefit* che saranno utili. Gli sconti vanno fatti *ad personam*, quelli generalizzati saranno sempre meno nel *retail*».

Scopri i vantaggi esclusivi di un Punto Prelievi

La Farmacia è proiettata ad offrire maggiori servizi, specialmente quando il progetto imprenditoriale vada verso la creazione di un HUB della Salute.

Butterfly LAB propone una grande opportunità: creare un Punto Prelievi in grado di mettere a disposizione un servizio di analisi di laboratorio d'eccellenza.

Butterfly LAB è al tuo fianco per la realizzazione del progetto, gestendo tutte le pratiche burocratiche e amministrative fino al raggiungimento dell'autorizzazione, ne seguirà anche la logistica e l'implementazione di una strategia di marketing e comunicazione adeguata al tuo target di riferimento.

La tua farmacia in sinergia con Butterfly Lab ti permetterà di diventare un riferimento per la comunità.

BUTTERFLY LAB SRL
Direttore di Laboratorio: Dr.ssa Fabiola Turrini
SEDE LEGALE: Str.lla Cappuccini, 55 - 36100 Vicenza • SEDE LABORATORIO: Via M. da Cortenova, 3 - Borgo Roma - 37134 Verona
e-mail: puntoprelievi@butterflylab.it
www.butterflypuntoprelievi.it

Come si valuta il brand di una farmacia?

© peerawich/it123.rf.com

A differenza che nel passato, quando era accettabile applicare un fattore di moltiplicazione al fatturato, oggi la complessità e la rapidità di evoluzione del mercato richiedono la valutazione di questa ulteriore componente intangibile, cui da bravi imprenditori è impensabile non dedicare la massima attenzione

di Francesco Zanetti, *farmacista e consulente marketing,* e Marcello Tarabusi, *commercialista Studio Guandalini*

Quando affermiamo che il mondo della farmacia sta vivendo una notevole evoluzione non dovremmo riferirci solamente al modo in cui il farmacista lavora e approccia il pubblico a banco, oppure al fatto che oggi il *marketing mix* è totalmente differente rispetto al passato, o ancora all'importanza sempre maggiore che diamo ai servizi. In poche parole: il cambiamento non è solo ciò che vediamo. La trasformazione di cui parliamo qui è meno visibile nell'*output* (leggasi: attività visibili messe in atto), mentre lo è nell'*outcome* (leggasi: il risultato che queste attività producono) che porta la farmacia a essere valutata come azienda. E non parliamo di "azienda" senza cognizione di causa. Perché se vogliamo davvero traghettare le farmacie nel futuro, allora sì,dobbiamo ragionare in termini aziendali.

Il passo evolutivo infatti è questo, e deve avvenire nelle nostre menti così come nel nostro approccio alla gestione.

D'altronde ce lo hanno già mostrato in molti – prime tra tutti le catene, con il loro modello di *business* – che dirigere la farmacia in ottica aziendale, nel lungo termine, porta sempre vantaggi nella gestione dell'impresa.

È vero, è una trasformazione complicata, richiede un'evoluzione nella gestione che spesso è possibile solo con un cambio generazionale della titolarità, e non è di certo possibile da un giorno all'altro.

Tuttavia il cambio di approccio è ormai fondamentale, necessario. E questo ci porta al cuore del nostro ragionamento: l'evoluzione del modo in cui dovremmo analizzare il valore di una farmacia.

UN'EVOLUZIONE CONTINUA

Per comprendere al meglio ciò di cui parliamo, è necessario prima di tutto capire come *già* si è evoluto il metodo di valutazione di una farmacia.

Fino a qualche anno fa per valutare una farmacia utilizzavamo il cosiddetto "multiplo", ossia un parametro rapportato al fatturato: una farmacia si valutava come multiplo, appunto, dei ricavi.

Per fare un esempio, se dico che il multiplo è 1,7 (o 170 per cento, che è lo stesso), vuol dire che una farmacia che fattura 1 milione viene valutata 1,7 milioni (più le scorte, i crediti e i debiti, a parte).

I moltiplicatori hanno oscillato molto negli ultimi vent'anni e negli ultimi tempi, sino al 2022, avevano ricominciato a crescere significativamente.

Ma qual è la logica dietro a multipli così elevati, per cui un'azienda veniva valutata molto più del suo volume d'affari attuale?

Si trattava di una valutazione basata sul cosiddetto "multiplo *forward*", ossia "che guarda avanti", e che si basava sulle potenzialità di crescita della farmacia: pagare due milioni una farmacia che fattura un milione, significa scommettere sul fatto che in tre/cinque anni si porterà il fatturato a raddoppiare o quasi.

Si tratta di criteri di approssimazione che proiettavano il possibile sviluppo della farmacia, senza soffermarsi su fattori oggettivi. In sostanza si pagava la crescita, e in un mercato più chiuso e prevedibile com'era allora, andava bene così.

Oggi le dinamiche sono cambiate, così come sono cambiati gli stessi investitori che, venendo dal mondo industriale e finanziario, hanno introdotto nuove logiche nella fase di valutazione.

Nel mercato attuale, infatti, il multiplo viene calcolato su un elemento più concreto, ovvero la capacità oggettiva della farmacia di generare valore e la sua competitività nel mercato. Anzi, a essere più precisi, la valutazione di chi compra non viene basata sul multiplo, ma su tecniche di valutazione professionali: il valore così calcolato viene "tradotto" in un multiplo per tradurre la proposta economica in un linguaggio comprensibile al farmacista, ma la logica sottostante è completamente diversa.

È quindi necessario individuare con chiarezza gli elementi che vanno a comporre il valore dell'azienda. Queste componenti sono legate in parte alla farmacia – come lo stato dell'immobile, il *team*, l'ubicazione e così via – oppure al suo titolare.

Parliamo allora di *avviamento oggettivo*, se questo dipende da elementi fattuali come le *performance* del *team*, o la posizione geografica per esempio, ma anche specializzazioni e servizi che costituiscono la *value proposition* della farmacia; mentre ci riferiamo all'*avviamento soggettivo* se dipende da fattori individuali difficilmente replicabili in futuro da un diverso imprenditore, come per esempio il ruolo chiave del titolare in determinate realtà.

UN NUOVO FATTORE RILEVANTE

Come detto, però, ci troviamo a vivere in un periodo di grandi cambiamenti. Le drastiche evoluzioni tecnologiche degli ultimi anni hanno infatti avuto un impatto su diversi livelli.

La comunicazione digitale, diventata una nuova area di interesse aziendale e sulla quale tutti (o quasi) si sono buttati, ha prodotto drastiche modifiche anche nella sfera sociale di ognuno di noi.

Ne hanno risentito anche i mercati, che hanno visto cambiare le logiche di acquisto e pubblicità. Le stesse aziende hanno dovuto fare i conti con l'immagine percepita che di essa hanno le persone.

Possiamo quindi dire che le innovazioni tecnologiche hanno portato cambiamenti nel modo di fare *business*. Ecco perché un fattore che ha acquisito sempre maggior importanza nella valutazione della farmacia è il "*brand*".

Come dice Jeff Bezos, il *brand* è "ciò che dicono di te quando non sei nella stanza". È la percezione che hanno di te i tuoi clienti (o potenziali clienti) per tutto ciò che hai detto o fatto nell'esercizio della farmacia nel corso del tempo, giorno dopo giorno.

È quindi evidente che il *brand* è fondamentalmente un *asset* intangibile e, non meno importante, di difficile valutazione. Tuttavia questo non significa che possiamo trascurarlo a cuor leggero, al contrario: il problema del *brand* è proprio che, volenti o nolenti, tutti ne hanno uno.

Anche se non abbiamo mai fatto nulla per costruirlo, avremo comunque un *personal brand*, proprio perché è una questione di pura percezione da parte del pubblico.

E sì, è decisamente importante lavorare sul proprio. È un percorso di lungo termine, fatto di azioni, di sorrisi, di servizi o di disponibilità, di comunicazione e di *team*. Passa dai colori e dal logo della farmacia, dal tono di voce utilizzato sui canali di comunicazione *on line* e *off line*, fino alla presenza di determinati servizi e come questi vengono svolti; senza contare poi l'importanza del ruolo del farmacista.

IL VALORE OGGETTIVO DEL BRAND

Non siamo qui però per trattare di come costruire un *brand*, piuttosto vogliamo ragionare sulla sua importanza nel momento in cui una farmacia cambia titolarità.

Il *brand* di una farmacia è un valore oggettivo, che non dipende necessariamente dal singolo individuo, eccetto alcuni rarissimi casi, ma dal contesto che la farmacia ha saputo creare nel corso del tempo.

D'altro canto è anche un elemento mutevole, che deve essere coltivato nel corso del tempo perché – lo sappiamo bene – ci mettiamo anni per crearlo e pochi secondi per distruggerlo. Questo lo rende uno degli elementi più difficili da valutare.

La forza di un *brand* è in generale misurabile attraverso *survey* (questionari) specifiche sulla clientela, valutando il grado di *awareness* (riconoscibilità) e la sua credibilità. Allo stesso tempo i *social network* ci restituiscono diverse metriche utili, come il numero di persone che ne vedono quotidianamente i contenuti (*impression*), le interazioni con i contenuti (*engagement*) o il tasso di conversione delle campagne di sponsorizzazione passate. Se invece vogliamo concentrarci sull'ambito *off line*, un buon dato può essere il numero di persone che si sono candidate per lavorare con la farmacia in un periodo di tempo, così come l'indice di *turn-over*, ossia di rotazione del personale.

Misurare l'impatto del *brand* sulle persone è quindi un'attività delicata, che richiede un certo grado di conoscenza del settore, unita alla sensibilità del professionista. D'altro canto si capisce bene come un buon lavoro di *branding* permetta di creare quella che chiamo un'assicurazione imprenditoriale della propria farmacia, che agevolerà, e di molto, la transizione dalla vecchia alla nuova proprietà.

SAPER DOMARE LA COMPLESSITÀ

Se il settore sta cambiando non possiamo nascondere che mutano con esso anche gli elementi di valutazione. Un tempo, in un mercato meno competitivo e con meno alternative, le aziende (non solo la farmacia) potevano permettersi anche di erogare i propri prodotti secondo le loro specifiche esigenze. Per citare Henry Ford: "Ogni cliente può ottenere un'auto colorata di qualunque colore desideri, purché sia nero".

Oggi l'aumento delle alternative nel mercato, in termini sia di prodotto sia di assistenza, e la radicale evoluzione nel modo in cui le aziende comunicano e creano un legame con i clienti, ha portato alla nascita di nuove aree di interesse aziendale per la farmacia.

In definitiva il titolare è chiamato a investire non solo nelle capacità del personale, ma in capacità che si oggettivino nell'organizzazione interna. Parliamo quindi di avere sistemi organizzativi interni, modelli di *business* sostenibili, strategie di *marketing*, perché le competenze non vengono più pagate come un tempo e non possono essere l'unico fattore rilevante.

L'evoluzione dei mercati, in definitiva, porta inevitabilmente con sé complessità, la quale dovrà sempre essere dominata da esperienza e competenze. ■

Un appuntamento imperdibile

Un'edizione stimolante, quella di quest'anno di Cosmofarma, con tantissimi espositori e molti convegni. Appuntamento ora ad aprile 2024

di Laura Benfenati

Un'edizione ricca, vivace, interessante, quella 2023 di Cosmofarma: 26.682 visitatori, 403 espositori, 3 iniziative speciali, oltre 100 convegni e *workshop*, 200 *speaker* nelle 6 sale convegni e 20 premi assegnati ad aziende, *partner* e farmacisti.

I NUMERI DEL MERCATO...

Tra i convegni più interessanti di Cosmofarma sicuramente c'è stato quello in cui si è raccontata, come di consueto, l'anatomia della farmacia grazie a Iqvia: «Il mercato del 2022 ha superato quello del 2019, mostrando una crescita in tutti i comparti e i canali», ha detto Alessandra Frontini di Iqvia Italia. «L'etico è stabile, è l'area commerciale che guida, cresciuta del 15 per cento rispetto al 2019. Oggi il mercato della farmacia fisica è rappresentato al 45 per cento dal commerciale e al 55 per cento da Rx. Non tutte le categorie sono cresciute allo stesso modo: sicuramente lo hanno fatto l'area dell'integrazione e quella dell'Otc, mentre quella della dermocosmesi è stabile rispetto al periodo pre-pandemico». E i primi tre mesi dell'anno? «Si sono registrate crescite, soprattutto a valore, dell'area del farmaco C, crescite importanti di Otc e integratori, si sono fermate mascherine e gel. L'on line è cresciuto del 5,5 per cento, ma non si prevede incremento a doppia cifra come nel 2021. Da segnalare che l'*e-pharmacy* è cresciuta del 23,8 per cento rispetto al 2019». Per quel che riguarda le reti, Frontini ha sottolineato che le farmacie in catena sono quelle che fatturano di più, +25 per cento rispetto alle indipendenti. L'etico nelle farmacie in catena pesa meno rispetto al comparto commerciale. Per quel che riguarda l'*on line*, oggi sono 1.431 gli esercizi autorizzati a questa vendita, il canale come sappiamo è molto concentrato e i Top detengono il 70 per cento di quota di mercato, e tre su quattro sono *e-retailer*.

«*On line* si registra uno sconto medio del +23 per cento rispetto alla farmacia fisica, sull'Otc anche del +30 per cento. Integratori e *personal care* sono le principali categorie vendute», ha proseguito Frontini. Ciò che viene acquistato *on line* è lo stesso che viene acquistato nella farmacia fisica? «Lo scontrino è quasi il doppio rispetto a quello delle farmacie fisiche (52,8 contro 26,5). Confrontando le prime 200 referenze di Otc, integratori e *personal care*, si vede che tra gli Otc mancano prodotti legati all'emergenza, confezioni più piccole e tutto ciò che è salute orale; sono invece più presenti *on line* gli Otc con prezzo elevato. Tra gli integratori c'è minore sovrapposizione tra i due canali, meno del 50 per cento, nella dermocosmesi sono meno presenti prodotti di igiene e cura bambini e prodotti *premium*».

... E QUELLI DELLA FARMACIA

Sempre di numeri si è parlato al convegno Utifar con Marcello Tarabusi e Giovanni Trombetta, dello Studio Guandalini, e Massimiliano Fabrizi, ad di Credifarma. «I numeri sono sempre più importanti in uno scenario complesso e spesso c'è differenza tra quello che vede il farmacista nel suo conto economico e quello che vede una banca che dà un prestito», ha esordito il presidente di Utifar Eugenio Leopardi. «Contano le tre C: competenza, coraggio e capitale, vanno monitorati gli indicatori chiave perché va mantenuta la condizione di equilibrio economico investendo. E lo si può fare pianificando e monitorando», ha detto Trombetta. «Occhio al codice della crisi», ha aggiunto Tarabusi. «Bisogna tenere sotto controllo gli investimenti chiave partendo dalla capacità di generare flussi di cassa, che non dipendono solo dal fatturato ma dalla capacità gestionale del titolare, dalle disponibilità economiche che si hanno e dal livello di investimento sostenibile». Il ruolo della banca nella consulenza è fondamentale per non bruciare ricchezza: «Serve adeguatezza dell'investimento, appropriatezza, sostenibilità», ha detto Fabrizi. «L'informativa finanziaria non va vista in modo statico ma prospetticamente. Ascolto, comunicazione e formazione sono fondamentali nel rapporto tra banca e titolare di farmacia».

RIORGANIZZAZIONE E AMPLIAMENTO DEI RUOLI

L'importanza della telemedicina in farmacia è stata sottolineata al convegno istituzionale dal presidente di Federfarma Marco Cossolo, che ha raccontato che i farmacisti hanno fatto durante la pandemia la più grande campagna di *screening* che sia mai stata fatta in Italia, un'operazione di prevenzione primaria unica. «La farmacia ha dimostrato di saper fare questo e molto altro, come per esempio il telemonitoraggio. Possiamo poi fare teleassistenza se il farmacista continua a interagire con il paziente sull'uso del farmaco *post* dispensazione. E poi possiamo mettere le farmacie a disposizione per le televisite: pensiamo a quanto potrebbero essere preziose soprattutto nelle aree rurali. Ora ci aspettiamo che tutte le Regioni comprendano le potenzialità della rete delle farmacie». E la carenza di farmacisti? «Mettiamo i farmacisti a fare i farmacisti, delegando ruoli più burocratici ad altre figure: una riorganizzazione delle nostre aziende oggi è fondamentale». Di nuovi ruoli e del corso di laurea più al passo con i tempi che partirà quest'anno ha parlato il presidente della Fofi Andrea Mandelli: «Vanno potenziate le analisi di prima istanza, le attività di *screening*, la telemedicina. Abbiamo 7.000 farmacie in rete con la stessa piattaforma e gli stessi macchinari, non c'è un'altra rete di prossimità con queste potenzialità. E con i fondi del Pnrr, per esempio, si potrebbe prevedere una Pcr in tutte le farmacie, che significherebbe maggiore appropriatezza e risparmio nella prescrizione degli antibiotici».

L'ORA DELLE RIFORME

Il sottosegretario alla Salute e farmacista Marcello Gemmato ha esordito dicendo che «Difendere la farmacia e i farmacisti significa difendere il diritto alla salute del popolo italiano», e ha ricordato il lavoro prezioso svolto dalla categoria durante la pandemia e il contributo straordinario al tracciamento e alla vaccinazione. «Vogliamo ampliare le vaccinazioni che si possono fare in farmacia e fare in modo che, in forza di legge, si possano

effettuare in tutte le Regioni». E le case di comunità previste dal precedente Governo? «Sembrano una misura ideologica, non sappiamo oggi quali professionisti sanitari vi possano operare. Se la farmacia diventa un *hub* si può inserire in un disegno di sanità territoriale. La farmacia e i farmacisti possono svolgere un ruolo fondamentale». Però, ha proseguito Gemmato, la trilogia farmaco, farmacia e farmacista non può essere scissa. «Se riusciamo con una nuova *governance* farmaceutica a fare tornare tutte le specialità che possono essere distribuite in farmacia facciamo un servizio ai cittadini». Gemmato ha parlato dell'indagine conoscitiva sulla distribuzione condotta nella precedente legislatura: «Ci sono farmacie ospedaliere aperte 10 ore alla settimana, ci sono farmaci scaduti e furti, non c'è risparmio con la diretta. È ora di rivedere la 405/2001, sono d'accordo anche i farmacisti ospedalieri che alcuni farmaci sia necessario che rimangano distribuiti in ospedale, molti altri no». Gemmato ha aggiunto che spostare tanti farmaci in diretta consente oggi alle Regioni – grazie al continuo sforamento della diretta e al meccanismo di *payback* che va riformato – di farsi cofinanziare la spesa farmaceutica dall'industria. «Oggi abbiamo l'elemento importante della stabilità, dureremo cinque anni, e io credo che Giorgia Meloni entrerà in sintonia con il Paese e, siccome è del 1976, potrà governare 20 anni e avere davvero la possibilità di riformare l'Italia».

LE RURALI SEMPRE PIÙ CONNESSE CON IL SISTEMA SANITARIO

I supporti economici erogati in aiuto delle piccole farmacie sono stati raccontati da Giovanni Petrosillo, presidente del Sunifar, al convegno sulla rete delle farmacie rurali, che sono oggi 6.913, di cui 4.400 sussidiate, e servono oltre 5 milioni di persone. Sono stati illustrati i decreti di attuazione dei Fondi Pnrr: «Il processo è lento ma i fondi ci sono e arriveranno», ha detto Petrosillo. E il futuro? «Vogliamo implementare la farmacia dei servizi in locali separati e poi dobbiamo inserirci nel Dm 77 e nella piattaforma nazionale di telemedicina. La farmacia può essere l'*hub*, il presidio sanitario che risponde ai bisogni del cittadino, molto più delle case di comunità. Abbiamo bisogno di prepararci e di nuove risorse. Vogliamo promuovere e rendere strutturali nel Ssn servizi e prestazioni di telemedicina. Possiamo fare telemonitoraggio, televisita, teleconsulto e teleassistenza».

Molto interessante è stato l'intervento del generale Nunzio Antonio Ferla, coordinatore dell'Unità di missione Pnrr del Dipartimento per le politiche di coesione - Presidenza del Consiglio dei ministri: «Sul Pnrr ce la siamo assunta tutti la responsabilità: dei 191 miliardi solo 62 sono a fondo perduto, il resto è in eurobond. Dobbiamo quindi dimostrare che le spese sono coerenti con gli obiettivi, nel vostro caso per ottimizzare efficacia e distribuzione del farmaco, presa in carico del paziente, servizi di primo e secondo livello». ■

PIANIFICARE PRIMA DI INVESTIRE

Investimenti offensivi o difensivi? «L'importante è partire dall'analisi di quattro aspetti importanti: stato patrimoniale, conto economico, rendiconto finanziario, *business plan* prima di decidere di rifare la farmacia, comprare un nuovo locale, iniziare una nuova attività di *e-commerce*, comprare un nuovo gestionale o fare qualsiasi altro investimento», ha detto Arturo Saggese di Punto Farma al primo appuntamento del *tour* organizzato da *iFarma* con Pharmathek, Th.Kohl e Pharmagest Italia che toccherà cinque città tra giugno e settembre (*vedi p. 24*). Altro tema è come si sostiene l'investimento: «Bisogna aprire un po' la mente, pianificare per capire fino a dove è possibile arrivare, fare tutto quello che è necessario per tracciare una direzione, si deve fare un controllo e verificare la *performance* effettiva con quella pianificata».

«Occorre partire dal conto economico – ha detto Nicola Brunello dello Studio Brunello –dalla liquidità che genera la farmacia vanno tolte tutta una serie di voci e poi è possibile calcolare quanto si può e si deve mettere al servizio del debito».

Euphralia®
GOCCE OCULARI

Una nuova storia per i tuoi occhi

Nuova linea con formule specifiche in caso di secchezza oculare, rossore e sintomi allergici.

Euphralia gocce oculari sono dispostivi medici CE0373/CE1936. Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni per l'uso. Materiale riservato ad operatori sanitari.

BOIRON®
La tua salute merita il più grande rispetto

© perfectpixelshunter/it123.rf.com

INNOVAZIONE

La gestione commerciale AI-centrica

L'"intelligenza artificiale ristretta" al centro della gestione della farmacia. Come il machine learning può venire in aiuto del titolare per monitorare e compiere scelte tra gli innumerevoli fattori in gioco nel business model del settore

di Eugenio Mealli, farmacista, esperto di *management*

Fino a pochi mesi fa gli esperti pensavano che per ottenere la prima forma di intelligenza artificiale generale, o comunque autonoma – ovvero con la capacità di apprendere e capire un qualsiasi compito intellettuale che può essere imparato da un essere umano – ci sarebbero voluti ancora trenta o quarant'anni. La presentazione di ChatGPT, che ha aperto la strada all'affermazione di massa della cosiddetta "*Generative AI*" (o IA generativa o GenAI), ha abbreviato quest'orizzonte temporale.
Nessuno sa in cosa consisterà esattamente la successiva evoluzione verso la *Artificial General Intelligence*, ma ora sappiamo che arriverà molto prima del previsto.
L'attuale dibattito sui massimi sistemi è doveroso perché sono in gioco le fondamenta della nostra civiltà: integrità del sapere e veridicità delle notizie, responsabilità civile e penale delle macchine autonome, livelli occupazionali e modelli di *welfare*, sistemi d'arma con capacità decisionali automatizzate e tutela della riservatezza dei dati sono solo alcune delle questioni da affrontare. Esse però riguardano applicazioni intelligenti di frontiera, diverse da quelle della cosiddetta intelligenza artificiale "ristretta", che sono già presenti nella vita delle persone e delle aziende di tutto il mondo. Nei precedenti articoli sul tema (*iFarma* novembre 2021 e marzo 2022) abbiamo già visto diversi casi concreti di AI quotidiana.
Gli sviluppatori di *software* incentrato sull'AI ristretta si dedicano a un certo ambito commerciale o di utilità, e sperimentano architetture di modelli di *machine learning* fino a ottenere *performance* nettamente superiori agli altri *software* in uso in quell'ambito. In questi progetti si lavora su importanti moli di dati in entrata, raccolti da *database* o sensori e *input* di vari tipi.
Il percorso progettuale all'inizio è incerto perché ricco di ostacoli, molto più che per realizzare un comune *software* gestionale. Non è facile arrivare a costruire strutture di *machine learning* performanti e innovative. I pochi progetti che ci riescono devono poi incapsularle in un'applicazione completa.

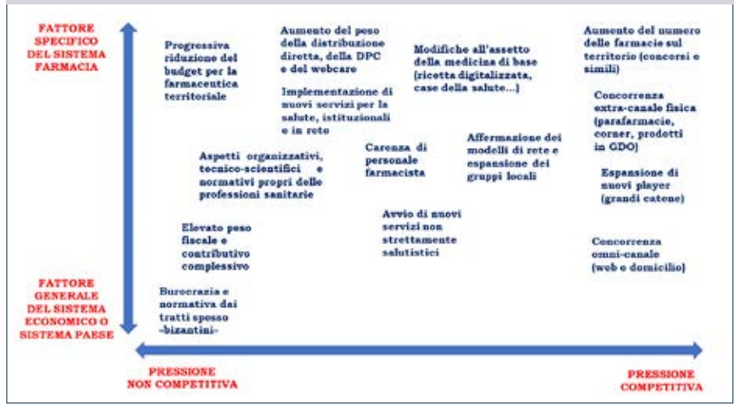
I dati passano attraverso diverse elaborazioni e gli algoritmi centrali sono concepiti e coordinati per ottenere conclusioni matematiche o logico-classificative. Ulteriori processi con algoritmi tradizionali li rendono fruibili e funzionali al mondo reale.

IL BUSINESS MODEL DELLA FARMACIA ITALIANA

Le tecnologie dell'AI possono diventare centrali in qualunque settore economico, anche in quello tanto complesso e tutto sommato tradizionale della farmacia territoriale.
Molti sono i fattori che il titolare e il direttore di farmacia o di catena deve monitorare e gestire, ai fini della redditività e sostenibilità (*figura 1*). La fetta più grossa dei ricavi e dell'attività stessa della farmacia italiana è costituita dalla commercializzazione dei farmaci, intesa sia come SSN sia in vendita privata, e dei prodotti non farmaceutici.
I servizi, pur in crescita e di importanza strategica per vari motivi, rappresentano ancora una nicchia in termini di fatturato.
Per questo titolare o direttore sono chiamati a continue decisioni di *pricing* e di *marketing*. Queste vanno dalla scelta delle linee su cui focalizzare il consiglio alla gestione degli *hot spot* nell'esposizione a libero servizio, fino alla costruzione del volantino con i prodotti in offerta. Queste operazioni sono tese a migliorare il posizionamento competitivo/differenziazione e ad aumentare i ricavi, il primo margine e la rotazione di magazzino.
E qui si aggiungono una serie di attività inevitabili: l'oculata selezione a priori delle linee di prodotto e dei canali di fornitura, le relative trattative commerciali, il controllo delle giacenze, il monitoraggio incrociato dei *trend* di vendita, l'emissione puntuale ed equilibrata dei successivi ordini di merce, le *partnership* con i fornitori e la soluzione di problemi amministrativi, di reso e d'invenduto.
Un lavoro simile, nelle aziende più grandi, è riservato a tre, se non quattro, specifici dipartimenti, commerciale, *marketing* e produzione/logistica, ciascuno con diversi addetti. Ma in farmacia non c'è solo questo da gestire. Il rapporto con la clientela e con gli altri operatori di salute sul territorio, l'implementazione di nuovi servizi e tecnologie, il piano di orari e ferie dei dipendenti, le incombenze formali e burocratiche di mille tipi, la gestione finanziaria e fiscale e molto altro ancora richiederebbero non uno ma due o tre titolari dedicati a tempo pieno, per massimizzare l'efficienza aziendale.

FIGURA 1

FATTORI E TENDENZE CHE IMPATTANO SULLA GESTIONE DELLA FARMACIA



AI AL CENTRO DELLA FARMACIA

E allora, come si può seguire con attenzione l'andamento di diecimila, ventimila e, nel caso delle farmacie più grandi, cinquantamila o più referenze, e prendere le giuste decisioni di *sell-in* e di *sell-out*? Qui viene in aiuto il *machine learning*, che è in grado di apprendere, secondo una logica induttiva non aprioristica, le caratteristiche commerciali della farmacia e del suo bacino di clientela semplicemente elaborando milioni di volte i dati del gestionale della farmacia a cui si collega. Sempre che tali dati siano discretamente affidabili (il che non significa perfetti). Implementare questo ramo dell'AI nella gestione commerciale è un primo passo: rende la farmacia più redditizia e finanziariamente sostenibile, e libera tempo ed energia del titolare/direttore, che possono essere così devoluti alle attività più qualificanti, come la presa in carico del paziente. Da lì verrà il secondo passo, necessariamente a livello di sistema, in cui la digitalizzazione diventerà un supporto insostituibile all'essenza salutistica della nostra professione. Insomma, l'intelligenza artificiale acquisirà, lentamente ma inesorabilmente, un ruolo centrale anche nella farmacia di comunità, accompagnandoci nelle trasformazioni che l'attendono. ■

UN BUSINESS CASE UNIVERSITARIO

Il progetto ROISTAR è una complessa struttura di *machine learning* e algoritmi tradizionali dedicata alla gestione commerciale totale della farmacia, e come tale è oggetto di studio a livello universitario. Dopo il cosiddetto "*learning period*" iniziale, l'applicazione è già in grado di sviluppare proiezioni su ogni singola referenza. Nel tempo, con l'accumulo di nuovi dati, l'attendibilità sale ulteriormente. I *gap* individuali rispetto alla gestione ottimale vengono previsti e sommati per poi rispondere alla domanda chiave: quanto potrebbe rendere di più la farmacia in termini di primo margine e di *cash flow* in un anno, se ogni prodotto fosse gestito al meglio? ROISTAR opera su *server* dedicati, ma con architettura SaaS (*Software as a Service*): in questo modo non sono richiesti alla farmacia investimenti in *hardware*.
La comunicazione dati dal gestionale avviene in modalità cifrata, e l'accesso ai dati è riservato agli utenti autorizzati dal titolare/direttore.

INIZIATIVE

La sostenibilità degli investimenti

È partito da Lecco e Vicenza il roadshow che iFarma organizza con Pharmathek, Th.Kohl e Pharmagest sulla pianificazione e misurabilità delle scelte imprenditoriali del titolare

a cura della Redazione

Lo ha detto di recente in occasione dell'evento *Numbers* il presidente di Federfarma Marco Cossolo: «La rivoluzione in farmacia è su tre fronti: professionale, innanzitutto, e l'esperienza Covid ha dimostrato quanto siamo stati capaci di aggiornarci; gestionale e organizzativa, visto che dovremo far fronte ad attività in locali aggiunti, ma, soprattutto, economico-finanziaria, imparando a ragionare di investimenti con ritorni a lungo termine». E proprio della sostenibilità degli investimenti in farmacia si parla durante il *roadshow* che *iFarma* organizza con Pharmathek, Th.Kohl e Pharmagest. Presentato a Bologna in occasione di Cosmofarma con i due relatori, Nicola Brunello dello Studio Brunello e Arturo Saggese di Punto Farma srl, dopo le prime tappe di Lecco (15 giugno) e Vicenza (20 giugno), prosegue con Brescia (4 luglio), Firenze (21 settembre) e Lecce (28 settembre).

I CINQUE NUMERI DELLA FARMACIA

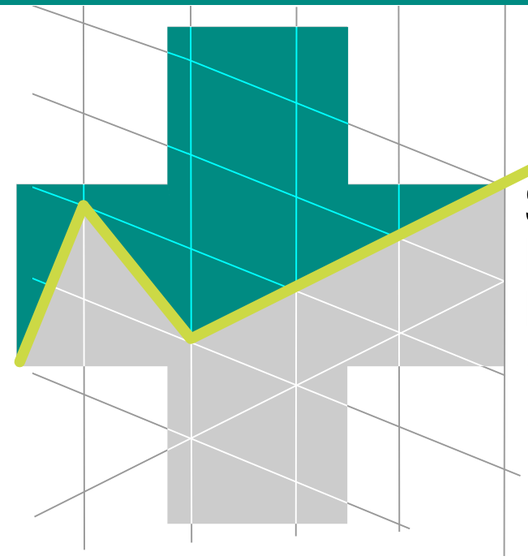
«Un investimento passa attraverso il concetto di sostenibilità: quanto dobbiamo indebitarci per comprare per esempio una seconda farmacia? Si può arrivare a pagarla anche completamente a debito», ha spiegato Arturo Saggese alla serata di Lecco, che si è svolta presso Villa Giulia al Terrazzo di Valmadrera. E ha dimostrato in che modo si può fare snocciolando tabelle e numeri, perché è sempre lì che si ritorna: per fare investimenti necessari all'evoluzione della propria azienda bisogna avere sotto controllo costante i cinque numeri principali della farmacia. Li ha illustrati Nicola Brunello: «Bisogna conoscere il primo margine, cioè quello che rimane dopo aver pagato le merci, l'incidenza dei costi, il costo del personale, il margine operativo lordo o Ebitda e l'incidenza del magazzino sul fatturato. Questi parametri fondamentali hanno dei valori di riferimento oltre i quali sarebbe meglio non andare».

QUATTRO FATTORI DA ANALIZZARE

«Prima di fare un investimento va analizzata la propria azienda, il contesto economico nel quale ci si muove e gli obiettivi che ci si pone, che devono essere chiari», spiega Saggese. «Ogni scelta in un'azienda ha conseguenze economiche, patrimoniali e finanziarie, ma senza investimenti un'azienda non si perpetua». L'impresa deve essere sempre in grado, istante per istante, di far fronte agli impegni di pagamento. «L'importante è partire dall'analisi dei tre equilibri fondamentali: economico, patrimoniale e finanziario, e costruire un "*business plan*", prima di decidere di rifare la farmacia, comprare un nuovo locale, iniziare una nuova attività di *e-commerce*, acquistare un nuovo gestionale o fare qualsiasi altro investimento».

LE CASE HISTORY

Durante i convegni sono riportati esempi pratici partendo dall'impatto sul conto economico delle scelte per arrivare all'analisi degli aspetti finanziari derivanti dall'investimento. L'utilizzo di esempi tratti dall'esperienza vissuta permetterà di sensibilizzare sui principali problemi da analizzare prima di procedere a un investimento: l'inserimento del distributore automatico o di un servizio di diagnostica, ma anche l'acquisto di nuovi locali a fianco della farmacia. «Dagli errori, e dalle cose fatte bene, distilliamo strumenti di buon senso per procedere negli investimenti aziendali, cercando di evitare gli errori più grossolani», spiega Brunello. «Il nostro obiettivo è convincere che è meglio investire tempo nella pianificazione prima di intraprendere una nuova iniziativa, piuttosto che correre il rischio di compromettere quanto si ha perché non si erano considerati alcuni aspetti». ■



SOSTENIBILITÀ E RITORNO DEGLI INVESTIMENTI IN FARMACIA

Analisi economica e *case history*

15 GIUGNO LECCO | 20 GIUGNO VICENZA | 4 LUGLIO BRESCIA | 21 SETTEMBRE FIRENZE | 28 SETTEMBRE LECCE

Al convegno istituzionale di Cosmofarma il presidente di Federfarma Marco Cossolo ha sottolineato la complessità sempre maggiore del lavoro del titolare di farmacia. I nuovi ruoli richiedono conoscenza e investimenti, la farmacia dei servizi comporta **scelte importanti, strategiche ed economiche**. *iFarma* organizza quindi con Pharmathek, Th.Kohl e Pharmagest un *roadshow* sulla **sostenibilità degli investimenti in farmacia** con la partecipazione di Nicola Brunello dello Studio Brunello e Arturo Saggese di Punto Farma srl.

Ingresso gratuito riservato ai farmacisti con prenotazione fino a esaurimento posti

IL PROGRAMMA

20.00 - 21.00
Registrazione dei partecipanti e aperitivo di benvenuto

21.00 - 21.20
Gli elementi fondamentali necessari per valutare un investimento
(Arturo Saggese, Punto Farma srl)

21.20 - 21.40
Il *budget* in pillole
(Nicola Brunello, Studio Brunello STP SRL)

21.40 - 22.00
Dal *budget* alla pianificazione dei flussi finanziari
(Arturo Saggese, Punto Farma srl)

22.00 - 22.20
***Case history*: un investimento**
(Nicola Brunello, Studio Brunello STP SRL)

22.20 - 22.45
Domande e risposte
Con la moderazione di Laura Benfenati, direttore di iFarma

UN PROGETTO DI

*i*FARMA

CON IL CONTRIBUTO DI

PHARMAGEST Una società del Gruppo Equasens

PHARMATHEK AUTOMATION TECHNOLOGIES

TH.KOHL PHARMACY SOLUTIONS

AZIENDE

Professonisti di natura

Basandosi sul principio del "talento" degli organismi vegetali, Zuccari – azienda di Trento di integratori e prodotti naturali – propone linee rispettose della "specialità" delle piante, per promuovere il benessere attraverso la consapevolezza. E per far questo confida nel consiglio competente del farmacista, suo interlocutore privilegiato. Ce ne parla con entusiasmo il founder e Ceo Stefano Sala

di Claudio Buono

Zuccari, azienda *leader* nel settore del benessere e della cosmesi naturale di alta qualità, compie 30 anni. Nasce infatti a Trento nel 1993 dalla volontà di Stefano Sala, da sempre appassionato di integrazione alimentare e prodotti naturali, sua moglie Katja Ravagni e i genitori di Stefano, Maria Pia Zuccatti e Giorgio Sala. Oggi è un'azienda solida e in continua espansione che però ha mantenuto nel tempo il suo carattere pionieristico e visionario, proponendo progetti coerenti con la sua realtà, che migliora senza mai snaturarla. Al fondatore e Ceo Stefano Sala abbiamo chiesto di illustrarci i punti di forza dell'azienda e i suoi rapporti con il mondo della farmacia.

STEFANO SALA

Che cosa l'ha spinta a fondare Zuccari?
Un sogno: quello di dare vita a un'azienda con l'obiettivo di rendere felici e appagate le persone attraverso una consapevolezza che consentisse di realizzare il loro benessere fisico. Ma per raggiungere questo scopo serviva un esercito di esperti che ci aiutasse nell'impresa. Le piante e i loro estratti si sono rivelati i candidati ideali. Ci sono voluti anni per capire quando e come una pianta è disposta a cedere i propri "consigli", che altro non sono se non i "talenti" appresi nel corso della sua evoluzione. Un percorso assai lungo ma tuttavia relativamente facile e intuitivo. Molto più complesso è stato riuscire a comunicare tutto ciò per ottenere l'entusiasmo dei consumatori. È un fatto, però, che quando i farmacisti percepiscono la consistenza e la credibilità di un progetto lo sposano volentieri, diventandone parte integrante.

Ha parlato di "talenti" delle piante. Può spiegare meglio questo concetto?
Ogni pianta ha acquisito nella sua evoluzione competenze esperienziali molto complesse derivate dalla sua funzione e dall'adattamento all'ambiente circostante a cui non può sottrarsi. Competenze che sono stimolate dalla presenza o meno di acqua, dal freddo e dal calore, dagli animali che la circondano e dal rapporto con le altre piante che vivono nelle sue vicinanze. Una betulla, per esempio, ha imparato e gestire l'eccesso di acqua degli acquitrini in cui cresce, mentre l'aloe ha imparato a nutrirsi e proteggersi da sola in un deserto dove ogni forma di vita sembrerebbe impossibile. Dunque, che cosa mai potrebbero insegnarci, cibandocene, se non ciò che sanno fare? Questo è il principio che sta alla base dell'identificazione e dell'impiego rispettoso del talento di una pianta da parte di un essere umano. Così come chiunque di noi si rende più disponibile a dare consigli a persone affini e che si pongono nei nostri confronti in modo rispettoso, allo stesso modo si comportano le piante. Affinità caratteriale e rispetto nelle estrazioni rendono possibile questo straordinario miracolo comunicativo tra mondi apparentemente diversi e scollegati.

A proposito di aloe, la storia di Zuccari le è particolarmente legata...
Lo confermo, tanto che nel 2001 la passione per questa pianta mi ha spinto a scrivere *Il Grande Libro dell'Aloe vera*, che con mio grande stupore è diventato un *best seller* mondiale, con più di un milione di copie vendute e tradotto in 17 lingue, e che è servito da trampolino di lancio per lo sviluppo decennale della più ampia e sofisticata linea di prodotti a base di aloe, in piena coerenza con le indicazioni del libro stesso.

Che cosa differenzia la sua linea dalle altre, molte proposte a base di aloe?
La non pastorizzazione del prodotto e la sua concentrazione con processi proprietari innovativi, che ci ha permesso di diventare *leader* in Italia e in Europa di questa speciale e utilissima pianta. Le farmacie hanno compreso come il nostro *corner Aloe vera* rappresenti una vera e propria *category* trasversale alle più comuni già presenti, che dà l'opportunità di offrire al consumatore un'occasione di acquisto in più.

Veniamo alla vostra rete distributiva: com'è organizzata e a quali canali vi rivolgete per la vendita? Vi servite anche di quello *on line*?
Riguardo alla vendita, forse potremo apparire in controtendenza, ma anche se siamo consapevoli di quanto il mercato *on line* sia in costante espansione, continuiamo a rivolgerci alla farmacia come canale preferenziale e al farmacista come figura di riferimento. Questo perché proprio la farmacia allo stesso tempo qualifica il *brand* e offre garanzia di copertura sul territorio. Comunque, per aumentare i punti di contatto con il consumatore siamo presenti anche in parafarmacie ed erboristerie. Per la distribuzione, invece, ci appoggiamo a un *newtork* di professionisti specializzati nella divulgazione di progetti complessi.

Quante farmacie aderiscono attualmente al vostro marchio in Italia?
Il marchio Zuccari con i suoi *brand* è presente oggi in circa 4mila punti vendita, selezionati per il loro forte orientamento alla progettualità. Le nostre linee, infatti, fioriscono quando non vengono trattate come meri prodotti di servizio, ma valorizzate dal consiglio professionale.

Ritiene che la categoria condivida i vostri valori aziendali e che il farmacista giochi un ruolo importante nel trasmetterli al consumatore finale?
Penso che oggi il farmacista sia sotto assedio e che, riconoscendo questa posizione, la sua figura sappia di trovare in Zuccari un valido alleato. Con l'avanzata della proposta nella Grande distribuzione, infatti, diventa necessario differenziare l'offerta, permettendo alla farmacia di continuare a distinguersi con contenuti di qualità superiore. Ogni progetto creato dalla nostra azienda pone il farmacista al centro perché, senza il suo consiglio, il consumatore non può avere accesso a uno stile di vita davvero consapevole. Sono persuaso che il rapporto fra noi e il farmacista sia basato su una stima reciproca che esula dalla mera natura dello scambio commerciale, ma arriva a una condivisione molto più profonda e genuina di valori.

Che formazione offrite ai farmacisti?
All'interno della nostra azienda abbiamo creato una *business unit* dedicata alla formazione digitale. Non credo siano molte le aziende che possono vantare un teatro di posa allestito in sede, la *location* ideale per creare *webinar* professionali. La nostra rete capillare di professionisti, inoltre, propone formazione direttamente sul punto vendita a titolari e collaboratori.

Qualche dato, ora, che ci aiuti a inquadrare meglio il valore di mercato dell'azienda: qual è il vostro volume d'affari? In quanti Paesi esteri siete operativi?
Nonostante le nostre radici ben salde nel territorio, Zuccari ha mostrato una vocazione internazionale fin dai suoi primi anni di attività. Oggi l'azienda – con un volume d'affari che si attesta attorno ai 15 milioni di euro e un centinaio di *brand* a listino, suddivisi in tre categorie: integratori alimentari, cosmeceutici e dispositivi medici – è un *brand* ritenuto eccellente a livello internazionale. La nostra *Aloe vera*, per esempio, è considerata una *category* a parte in Francia e in Svizzera. Una qualità progettuale che ci ha permesso di aprire nuovi mercati, come negli Emirati Arabi Uniti, con un forte coefficiente di consolidamento. Più recentemente abbiamo inoltre avviato anche una *partnership* virtuosa con la Cina.

Di recente avete lanciato una nuova linea denominata WaterFirst. In che cosa consiste e come si distingue da altre proposte simili?
Come sempre, Zuccari non si limita a replicare il successo di altri prodotti, ma si interroga sui limiti che questi possono evidenziare, correggendoli. Nel caso di WaterFirst – aromatizzatori composti da 12 *blend* ideali per aggiungere un tocco di gusto fresco all'acqua da bere – abbiamo rilevato come molti marchi concorrenti contenessero edulcoranti, aromi artificiali, coloranti di sintesi e conservanti: elementi che abbiamo scelto di eliminare dalle nostre formulazioni. Inoltre, pur privilegiando la funzione aromatizzante, abbiamo aggiunto *Alkacitrati* alle formulazioni, così da permettere ai consumatori di raggiungere un equilibrio acido-base in un periodo storico in cui l'organismo umano tende sempre più all'acidificazione.

Per concludere, quali programmi avete per il prossimo futuro?
Siamo sempre in prima linea per aumentare il valore del canale, ma per poter raggiungere questo risultato è necessario fare innovazione, con il farmacista sempre al centro. È il caso di Mayday, un dispositivo medico utile per il trattamento del reflusso gastroesofageo ma anche un *brand* che cresce in modo significativo. Stiamo perciò progettando un'estensione di linea che risponda a un criterio di "pronto sollievo". Altre novità sono allo studio: non vi resta che rimanere in contatto con la nostra realtà per continuare a essere attori di un cambiamento virtuoso. ■

IL DIALOGO

Sull'obbligo vaccinale

La recente giurisprudenza costituzionale sull'obbligo vaccinale dei sanitari in tempo di pandemia, di cui alle Sentenze della Corte Costituzionale, 9 febbraio 2023, n. 14, n. 15, n.16, e 20 febbraio 2023, n. 25, chiude un tortuoso percorso, segnato dal contrasto della tutela di un diritto solidale di libertà, qual è la tutela della salute, e un diritto tiranno di libertà per autodeterminazione

di Bruno Riccardo Nicoloso, *avvocato e docente di diritto sanitario*

Si apre in questo numero una nuova rubrica sull'ordinamento e la deontologia nel sistema farmacia, svolta in forma di dialogo tra un editore e un giurista, identificati dall'Autore rispettivamente in Antonino Pio e Gaio, l'imperatore e il giurista del II secolo. Ad Antonino fu dedicato un tempio nel Foro Romano, sulle cui rovine – nel XV secolo – è stata eretta una chiesa in cui ha avuto sede la Universitas Aromatariorum, e poi, con la bolla del papa "ghibellino" (per le sue illuminate aperture) Martino IV, il Nobile Collegio degli Aromatari, che ne è stato l'affidatario fino all'avvento, di generazione in generazione, del Nobile Collegio Chimico Farmaceutico. Qui Antonino e Gaio, fuori dal tempo, passeggiano tra le colonne nel superstite pronao del tempio romano dialogando proprio de pharmacia.

Antonino: Questo obbligo solidale ha assunto nel tempo delle indistinte tinte politiche che paiono finalmente superate se, come pare scontato, l'interpretazione della normativa che conta è quella della giurisprudenza del giudice togato, come ha detto Hans Kelsen.

Gaio: In effetti, questo è indiscusso nel *decisum* della Consulta, quale Giudice delle Leggi. Nel regime di prevenzione epidemiologiche mediante le vaccinazioni per la prevenzione da Covid-19, ferma restando la tutela brevettuale dei vaccini su cui si potrebbe aprire ben più di un capitolo, sono riaffiorate le problematiche che erano state aperte, non molto prima, dalla Regione del Veneto, che aveva sollevato la questione di una pretesa illegittimità costituzionale del Decreto Legge 7 giugno 2017, n.73, convertito nella Legge 31 luglio 2017, n.119, recante disposizioni in materia di prevenzione vaccinale: ciò sotto vari profili, attinenti la sussistenza dei presupposti della relativa decretazione d'urgenza, in riferimento all'articolo 77 della Costituzione, la ridondanza statuale sulle attribuzioni regionali in riferimento agli articoli 117 e 118 della Costituzione, il buon andamento dell'azione amministrativa, in riferimento all'articolo 97 della Costituzione, l'ampio novero delle vaccinazioni obbligatorie con una conseguente ricaduta sull'innovazione finanziaria, in riferimento all'articolo 81 della Costituzione, e infine, ma non certo da ultimo, l'utilità dei vaccini per la tutela della salute pubblica in riferimento all'articolo 2, 3 e 32 della Costituzione, che qui viene in considerazione per la più grande ricaduta, che si è venuta ad avere, in tempo di pandemia.
Tutte le questioni di illegittimità costituzionale sollevate nel caso al suo esame sono state dichiarate inammissibili e/o infondate dalla Consulta, con la sentenza 18 gennaio 2018, n. 5, proprio in relazione a quest'ultimo profilo, rispetto al quale è stato osservato che la propria giurisprudenza nomofilattica in materia di vaccinazioni è salda nell'affermare che l'articolo 32 della Costituzione postula il necessario contemperamento del diritto alla salute del singolo cittadino, anche nel suo contenuto di libertà di cura, con il coesistente e reciproco diritto degli altri cittadini e con l'interesse della collettività nonché, nel caso delle vaccinazioni obbligatorie al suo esame, del diritto del bambino, che esige tutela anche nei confronti dei genitori, i quali non adempiano ai loro compiti di cura. In particolare, la Consulta ha precisato che la legge impositiva di un trattamento sanitario non è incompatibile con l'articolo 32 della Costituzione, se il trattamento è diretto non solo a migliorare o a preservare lo stato di salute di chi vi è assoggettato, ma anche a preservare lo stato di salute degli altri, e non incida negativamente sullo stato di salute di colui che vi è obbligato, salvo che per quelle sole conseguenze che appaiono normali e, pertanto, tollerabili, ma prevedano, nell'ipotesi di danno ulteriore, la corresponsione di una equa indennità in favore del danneggiato, a prescindere dalla parallela tutela risarcitoria. I valori costituzionali coinvolti sono, pertanto, molteplici e implicano, oltre alla libertà di autodeterminazione individuale nelle scelte inerenti alle cure sanitarie, la tutela della salute individuale e collettiva, che viene fissata inequivocabilmente dal principio "*fondamentale*" di cui all'imperativo categorico dettato dall'articolo 32 della Costituzione. Il contemperamento di questi molteplici principi lascia spazio alla discrezionalità del legislatore nella scelta delle modalità attraverso le quali assicurare una prevenzione efficace dalle malattie infettive, potendo egli selezionare talora la tecnica della raccomandazione, talaltra quella dell'obbligo, nonché, nel secondo caso, calibrare variamente le misure, anche sanzionatorie, volte a garantire l'effettività dell'obbligo che viene posto. Questa discrezionalità deve essere, peraltro, esercitata alla luce delle diverse condizioni sanitarie ed epidemiologiche, accertate dalle autorità preposte, e delle acquisizioni, sempre in evoluzione, della ricerca medica, che debbono guidare il legislatore nell'esercizio delle sue scelte.

Antonino: Rimane da verificare in quale misura detto *decisum* della Consulta possa rappresentare, come si può ragionevolmente ritenere, una chiave di lettura della situazione venutasi a creare a seguito della emergenza epidemiologica da Covid-19, la quale, fin dal primo momento, ha visto l'emergere della ragionevolezza scientifica posta a base della raccomandazione rispetto all'obbligo vaccinale, peraltro, imposto successivamente in termini imperativi.

Gaio: Certamente, ma ciò deve essere fatto assumendo ancora nella solidarietà costituzionale il principio regolatore della coesistenza di diritti e di doveri nei rapporti tra l'individuo e la collettività a tutela della salute, al punto di rendere così più affidabile ogni programma sanitario volto alla diffusione dei trattamenti vaccinali, venendo in questa prospettiva a essere imposto dal legislatore in termini di tutela di un diritto di libertà, quale è il diritto alla "*tutela della salute*", qualificato come un "*fondamentale diritto dell'individuo e interesse della collettività*" (nel testo dell'articolo 32 della Costituzione) che non lascia spazi di bilanciamento con altri valori costituzionali, perché è incomprimibile, e rappresenta un obbligo istituzionale: "*La Repubblica tutela la salute*", detta, infatti, l'*incipit* dello stesso articolo 32 della Costituzione.

Antonino: In questa logica si pone la previsione degli obblighi vaccinali, imposti a tutela della salute pubblica, dal Decreto Legge n. 44/2021 convertito nella Legge n. 76/2021 per gli esercenti le professioni sanitarie, tra cui i farmacisti, che svolgano la loro attività di vaccinazione, durante il periodo di emergenza epidemiologica da Covid-19 e fino alla completa attuazione del piano vaccinale, nelle farmacie – ma non nei *corner* farmaceutici dei negozi di vicinato, le parafarmacie, e della grande distribuzione organizzata, i G.D.O (articolo 5, Legge n.248/2006 e articolo 32, Legge n.214/2011), in quanto non assimilabili a esse, se pure vi operino dei farmacisti – per i quali, da un lato, è esclusa la punibilità in sede penale per i reati di lesioni e di omicidio colposi, quando l'uso del vaccino sia conforme alle indicazioni per la relativa somministrazione, ma, d'altro lato, la vaccinazione cui sono obbligati costituisce il requisito essenziale per l'esercizio della professione ed è sanzionata in sede deontologica con la sospensione dall'esercizio della professione fino all'assolvimento dell'obbligo vaccinale o, in mancanza, fino al compimento del piano vaccinale.

Gaio: Su questo si è avuta una copiosa, se pur distonica, serie di esegesi giurisprudenziali e amministrative sul rapporto tra i diritti individuali e gli interessi delle collettività, cui sembrava aver posto fine il *decisum* del Consiglio di Stato, che, con la sentenza 20 ottobre 2021, n. 7045, ha fissato il principio secondo cui "*è legittimo l'obbligo vaccinale contro il virus Sars-CoV-2 per il personale sanitario, così come previsto dall'articolo 4 del D.L. n. 44 del 2021*", sottolineando le conseguenze dell'inadempimento ingiustificato di tale obbligo vaccinale, che comportino la sospensione del personale sanitario dal diritto di svolgere prestazioni o mansioni che implichino contatti interpersonali o comportino, in qualsiasi forma, il rischio di diffusione del contagio da Sars-CoV-2, come prevede, appunto, la citata normativa: ciò, attraverso un regime sanzionatorio originariamente sottratto all'autodichia dell'Ordine professionale dei sanitari, ma rimesso all'accertamento dell'Autorità sanitaria, dall'articolo 4 del Decreto Legge n.44/2021, convertito nella Legge n.76/2021, che aveva lasciato perplessi, ma che è stato successivamente ricondotto all'Ordine professionale dall'articolo 1, comma 1, lettera b, numeri da 3 a 5, del Decreto Legge n.172/2021, convertito nella Legge n. 3/2022, che ha attribuito una natura dichiarativa e non disciplinare all'atto di accertamento dell'inadempimento dell'obbligo vaccinale da parte del personale sanitario e alla sua sospensione dall'esercizio della professione, con una conseguente ricaduta anche sul rapporto di lavoro del personale sanitario dipendente.

Antonino: A distanza di tempo la questione di costituzionalità dell'obbligo vaccinale e delle sue ricadute, già proposta e riproposta, da alcuni organi di Giustizia

amministrativa, ordinaria e militare, è stata affrontata con diverse motivazioni, da parte dalla Consulta.

Gaio: Avanti la Consulta le relative questioni di costituzionalità sono state svolte sotto diversi profili dagli organi di giurisdizione amministrativa, ordinaria e militare.
a) Le questioni di costituzionalità sollevate da parte del Giudice amministrativo si sono svolte in due direzioni:
aa) quella attinente l'illegittimità costituzionale dell'obbligo vaccinale per il personale sanitario e della sospensione dall'esercizio della professione in caso di inadempimento (articolo 4, commi 1 e 2, DL. n. 44/2021 convertito nella Legge n. 76/2021) in riferimento all'articolo 32 della Costituzione nonché quella attinente anche l'illegittimità costituzionale della espressa esclusione dall'onere di sottoscrizione del consenso informato nel caso di vaccinazione obbligatoria (articolo 1, Legge n. 219/2017 ed articolo 4, D.L. n. 44/2021 convertito nella Legge n. 76/2021) in riferimento agli articoli 3 e 21 della Costituzione, è stata dichiarata, con la sentenza 9 ottobre 2023, n. 14, in parte manifestamente inammissibile per difetto di assoluto di motivazione in riferimento ai parametri diversi dall'articolo 32 della Costituzione è in parte infondata nei parametri attinenti detta previsione costituzionale, ma nel contempo ha precisato che "*l'obbligatorietà del vaccino lascia comunque al singolo la possibilità di scegliere se adempiere o sottrarsi all'obbligo, assumendosi responsabilmente, in questo secondo caso, le conseguenze previste dalla legge*", *ma che "qualora, invece, adempia all'obbligo vaccinale, il consenso, pur a fronte dell'obbligo, è rivolto, proprio nel rispetto dell'intangibilità della persona, ad autorizzare la materiale inoculazione del vaccino*";
ab) quella attinente l'illegittimità costituzionale della mancata limitazione della sospensione dall'esercizio della professione sanitaria, nel caso di inadempimento dell'obbligo vaccinale, ricondotta alle sole prestazioni o mansioni che implichino contatti interpersonali o che comportino il rischio del contagio da Covid-19 (articolo 4, comma 4, D.L. n. 44/2021 convertito nella Legge n. 76/2021) in riferimento agli articoli 1, 2, 3, 4, 32, 35, 36 della Costituzione, è stata dichiarata, con la sentenza 9 febbraio 2023, n. 16, inammissibile per difetto di giurisdizione del Giudice amministrativo rimettente in una materia riservata alla cognizione del Giudice ordinario.
b) La questione di costituzionalità sollevata dal Giudice ordinario, attinente l'illegittimità costituzionale dell'obbligo vaccinale del personale sanitario e scolastico per la sua ricaduta sul rapporto di lavoro nel caso di inadempimento (articolo 4 bis, comma 1,ed articolo 4, commi 1, 4, 5, D.L n. n. 44/2021 convertito in Legge n. 76/2021, modificati dal D.L. n. 172/2021 convertito in Legge n.3/2022 e dal D.L. 24/2022 convertito in Legge n. 52/2022) in riferimento agli articoli 3, 4, 32 e 35 della Costituzione, e in particolare sulla ricollocazione del personale a mansioni anche diverse (articolo 4, comma 7 ed articolo 4 ter, comma 2, D.L. n. 44/2021 convertito Legge n. 76/2021) in riferimento agli articoli 3, 4, 32 e 35 della Costituzione, e ancora in particolare sulla sospensione del personale dalla retribuzione (articolo 4, comma 5 ed articolo 4 ter, comma 3, D.L. n. 44/2021, convertito in Legge n. 76/2021) in riferimento agli articoli 2, 3, e 32 della Costituzione, è stata dichiarata, con la sentenza, 9 febbraio 2023, n. 14, infondata nei parametri attinenti dette previsioni costituzionali.
a+b) Appaiono comuni a tutte le questioni di costituzionalità, sollevate dai Giudici amministrativi e ordinari, il bilanciamento, nelle pur variegate fattispecie, in favore dei diritti della persona rispetto a quelli della collettività, per quanto attiene l'imposizione dell'obbligo vaccinale del personale sanitario e scolastico, nella "*scelta tragica*" del diritto, in riferimento alle scelte che una società ritiene di assumere in vista di un bene che comporta il rischio di un male, e l'elemento tragico sta in ciò che la sofferenza e il benessere non sono equamente ripartiti tra tutti, ma stanno integralmente a danno degli uni o a vantaggio degli altri, ma che non si pongono certo in questi termini nelle logiche dell'articolo 32, in riferimento agli articoli 2, 3 e 35 della Costituzione, che s'impone come un imperativo categorico di *tutela della salute*, quale diritto dell'individuo e interesse della collettività e nessuno, in tale contesto, può essere obbligato a un determinato trattamento sanitario se non per disposizione di legge.
c) La questione di costituzionalità sollevata dal Giudice militare, attinente dell'obbligo vaccinale per il personale militare (articolo 206 bis, D.Lvo n. 66/2010 introdotto dall'articolo 12, comma 1, lettera, D.Lvo n. 91/2016) nella parte in cui autorizza la sanità militare a imporre al personale militare la somministrazione di specifiche profilassi vaccinali, ma senza che siano preventivamente individuate in via legislativa, in riferimento all'articolo 32 della Costituzione, è stata dichiarata, con la sentenza, 20 febbraio 2023, n. 25, fondata.

Antonino: Si può trarre una sinottica conclusione su come, sul piano giuridico, ma in termini che vengono comparati al piano scientifico, le vaccinazioni in tempo di pandemia rispondano al principio di solidarietà costituzionale che è stato postulato in premessa.

Gaio: In effetti, quanto s'è detto ha trovato una conferma nella esegesi delle fonti giuridiche di riferimento, quale interpretazione giuridica che conta, secondo gli illuminati *decisa* del Giudice delle leggi, che ne hanno avuto una visione prospettica che prende dal passato, pone nel presente e propone nel futuro una tale solidarietà nella tutela di un diritto di libertà, quale è il diritto alla tutela della salute, che sembra porsi contro se stessa, in una "scelta tragica" nei confronti di ogni altra sua espressione a essa deteriore, quale appare il "*diritto tiranno*" di una autodeterminazione individuale che sia fatta valere nei suoi confronti, come si configura il "*diritto solidale*" di libertà, atteso che, secondo il dettato di Piero Calamandrei, lo stesso riconoscimento costituzionale del "diritto di libertà" non si pone "a garanzia dell'isolamento egoistico (ma) a garanzia di un ·espressione sociale" e uniforma la sua portata in una reductio ad unum, che ne costituisce l'architrave in termini di legalità, perché "non c'è libertà senza legalità". ■

PUBBLIREDAZIONALE

CompuGroup Medical

Addio alla stampa delle etichette segnaprezzo

Con CGM E-TAG è possibile gestire graficamente l'etichetta elettronica, aggiornando prezzi e promozioni in maniera automatica. Per le farmacie questo si traduce in un risparmio di tempo ma anche in un vantaggio economico, in quanto il prezzo così esposto favorisce l'acquisto d'impulso e in autonomia

Nel mondo della farmacia costantemente in evoluzione, ormai avviato verso la transizione digitale, che deve sottostare a regole di mercato sempre più sfidanti e a continui adeguamenti normativi, stampare ancora le etichette segnaprezzo a mano diventa dispendioso a livello di tempo e risorse. Un sistema che, oltre a causare un'inefficienza gestionale, può esporre alla concreta possibilità di errori umani. Errori e inesattezze che possono comportare sanzioni amministrative pecuniarie fino a circa 3.000 euro. Dal 1° luglio entra infatti in vigore la direttiva europea Omnibus n. 2019/2161, che va a rafforzare il già esistente obbligo di esposizione dei prezzi in maniera chiara e leggibile (Decreto legislativo Bersani del 31-03-1998 n. 114, art. 14 cd). La direttiva Omnibus impone a tutti i dettaglianti, quindi ovviamente anche ai farmacisti, regole ancora più stringenti, con l'obiettivo di garantire la massima trasparenza nei confronti dei consumatori. Secondo tale direttiva, tutti gli annunci che pubblicizzano sconti o promozioni dovranno includere non solo il prezzo scontato, ma anche il prezzo più basso praticato nei trenta giorni precedenti; in caso di vendite promozionali a tempo limitato, il venditore dovrà indicare anche la percentuale di sconto applicata. Ecco perché si rivela fondamentale per la farmacia CGM E-TAG, che permette l'aggiornamento istantaneo di prezzi e promozioni in maniera totalmente integrata al gestionale Wingesfar. Una soluzione *time-saving* che costituisce anche un'opportunità commerciale, in quanto i clienti, vedendo esposti chiaramente prezzi e sconti, sono naturalmente portati all'acquisto d'impulso.

Come funziona
CGM E-TAG è un sistema di prezzatura elettronica che, in caso di variazioni, è in grado di effettuare automaticamente e praticamente in tempo reale il cambio dei prezzi e l'aggiornamento delle promozioni, senza interventi manuali e senza il pericolo di incappare in errori.
Con questo strumento si passa da un semplice bollino prezzi a un vero e proprio *display* grafico, in grado di mostrare, oltre al prezzo di vendita e al prezzo per unità di misura, il tipo di promozione, lo sconto in percentuale e in valore, la data di fine promozione. Non serve un tecnico specializzato: grazie a CGM E-TAG è possibile gestire graficamente l'etichetta elettronica senza alcuna conoscenza informatica o grafica. Questo consente un pieno allineamento per la fase di vendita e, oltre a garantire la conformità alla direttiva Omnibus, contribuisce a migliorare l'immagine della farmacia perché rende l'esposizione dei prodotti più chiara e omogenea, stimolando all'acquisto in autonomia, senza bisogno di chiedere continuamente al farmacista il prezzo dei prodotti esposti o se vi siano eventuali offerte in corso.
Favorisce di conseguenza anche una miglior *customer experience*, in quanto il personale può dedicare tutto il tempo così risparmiato per seguire e consigliare i clienti.

OPENPHARM

La soluzione e-commerce per la farmacia vincente!

rifraf.it

MIXER

Chi va e chi viene

FULVIO BERARDO

FULVIO BERARDO È IL NUOVO *GENERAL MANAGER* DI ASTELLAS ITALIA, GRECIA, MALTA E CIPRO

Astellas Pharma ha annunciato che Fulvio Berardo, già direttore commerciale dell'affiliata italiana e alla guida del *Field Management Center of Excellence*, è stato nominato *general manager* di Astellas Italia, Grecia, Malta e Cipro. Berardo, in Astellas da gennaio 2019, in oltre vent'anni di carriera nel settore farmaceutico ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità nelle vendite, nel *marketing*, nel *market access* e nel *customer excellence*, e subentra a Giuseppe Maduri, nominato *head of mid-sized markets*. Berardo si appresta ora a guidare le affiliate di Astellas Italia, Grecia, Malta e Cipro portando il suo bagaglio personale di conoscenze, *know-how* operativo e visione strategica, a livello nazionale e internazionale, insieme alla sua passione per l'innovazione e al *mindset* orientato alla centralità del paziente. *www.astellas.com*

STEFANO FATELLI

STEFANO FATELLI ELETTO AMMINISTRATORE UNICO DI COSMETICA ITALIA SERVIZI

Cosmetica Italia, Associazione nazionale imprese cosmetiche, specializzata in servizi mirati per le aziende del comparto, ha eletto il suo nuovo amministratore unico. Si tratta di Stefano Fatelli, che raccoglie il testimone da Fabio Rossello, alla guida della società dal 2018. Fatelli, attualmente amministratore delegato di Cantabria Labs Difa Cooper, azienda farmaceutica specializzata in dermatologia, conta su una trentennale esperienza consolidata nei mercati *consumer*, *retail* e farmaceutico. «È un onore accogliere la responsabilità offerta da Benedetto Lavino, presidente di Cosmetica Italia; credo e crediamo infatti nell'opportunità di incrementare i significativi risultati ottenuti negli ultimi anni dalla società continuando a proporre servizi evoluti, appositamente pensati per il settore cosmetico e in grado di seguire lo sviluppo delle nostre aziende e dei mercati», ha commentato il neoeletto amministratore unico di Cosmetica Italia Servizi. *www.cosmeticaitalia.it*

TANTE NOVITÀ NEL *BOARD* DI PHOENIX PHARMA ITALIA

Con la chiusura del progetto di acquisizione a novembre 2022, il gruppo Phoenix ha ampliato la propria presenza nel mercato italiano della salute, aggiungendo Admenta Italia all'attività *wholesale* esistente di Comifar in Italia. L'obiettivo di Phoenix Pharma Italia è quella di diventare il primo *player* completamente integrato e orientato al cliente nel mercato italiano della salute; per facilitare questo sviluppo desidera costruire un senso di appartenenza per tutti i suoi dipendenti. Per questo ha scelto di formare un *management board* per Phoenix Pharma Italia, che sarà composto da: Joachim Sowada nel ruolo di *Ceo* di Phoenix Pharma Italia e Vice Presidente Esecutivo del Gruppo Comifar e Admenta Italia; Domenico Laporta nel ruolo di *co-Ceo* di Phoenix Pharma Italia e amministratore delegato sia del Gruppo Comifar sia di Admenta Italia; Claudia Ciuffani nel ruolo di *Group Cfo*; Arianna Furia nel ruolo di *Group director customers & channels retail*; Lorenzo Clerici

nel ruolo di *Group director customers & channels wholesale*; Vincenzo Masci nel ruolo di *Group Director Commercial & Marketing* e Raffaele Testa nel ruolo di *Group director operations & logistics*. Inoltre, dopo 18 anni in cui ha guidato lo sviluppo dell'azienda in ruoli sempre più importanti, Roberto Porcelli lascia la carica di amministratore delegato del Gruppo Comifar. Per garantire un passaggio di consegne agevole, Porcelli rimarrà nel Consiglio di amministrazione delle principali società operative fino al 30 settembre 2023. Per finire, Piergiorgio Di Filippo, direttore commerciale e *marketing* di Comifar, proseguirà la sua carriera al di fuori del gruppo. *www.phoenixpharmaitalia.it*

SILVIA NENCIONI

SILVIA NENCIONI PRESIDENTE DI OMEOIMPRESE

Silvia Nencioni, amministratrice delegata e presidente di Boiron Italia, è la nuova presidente di Omeoimprese, associazione di categoria che riunisce le aziende produttrici e/o distributrici di medicinali omeopatici e antroposofici. Nel suo ruolo dirigenziale in Boiron, azienda *leader* nella produzione e distribuzione di medicinali omeopatici, che porta avanti da più di dieci anni, Silvia Nencioni ha sostenuto con diverse campagne la legittimazione del medicinale omeopatico nel nostro Paese. È inoltre consigliere nel Cda della *Chambre française de commerce et d'industrie en Italie* e membro attivo del *Club Santé Italie*, una collaborazione tra l'ambasciata di Francia in Italia, *Business France* e le principali aziende francesi che operano nel settore della salute in Italia. Il programma proposto per il quadriennio 2023-2027 da Nencioni, che succede a Giovanni Gorga (alla guida dell'Associazione dal 2015 a oggi) ha come obiettivo lo sviluppo del mercato dell'omeopatia in Italia, la crescita dell'associazione in termini di aziende coinvolte e in autorevolezza, e il rafforzamento della presenza e del dialogo con le istituzioni sanitarie e politiche per contribuire alla comprensione e alla legittimazione dei concetti legati alla medicina integrata. Nel perseguimento di questi obiettivi, sono riconosciuti come strategici il dialogo e il supporto del canale farmaceutico, la relazione con le società medico-scientifiche e le campagne di legittimazione presso le istituzioni. Si intende inoltre dare particolare sostegno alla formazione e alla diffusione della conoscenza dell'omeopatia presso i professionisti della salute. *www.omeoimprese.it*

© amaviael/it123rf.com

Cresce la fiducia dei farmacisti nell'omeopatia, ma serve più formazione

L'84,5 per cento dei farmacisti consiglia farmaci omeopatici per prevenire le patologie più comuni, l'85,5 per curarle, mentre il 61,5 per cento privilegia addirittura l'omeopatia rispetto all'allopatia per le patologie che consentono questo tipo di scelta. È quanto emerge da una ricerca condotta dal Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell'Università di Pavia e H-Ventures, presentata insieme a Omeoimprese, l'associazione delle industrie farmaceutiche del comparto. Nel periodo pandemico il mercato dell'omeopatia ha fatto registrare un calo contenuto e il 56 per cento del campione intervistato sostiene di aver raccolto, durante la pandemia, un numero di richieste di omeopatici da parte dei clienti pari, se non superiore, al periodo pre-Covid. I farmacisti oggi sembrano dunque avere più fiducia nelle medicine naturali: il 76,5 per cento ha dichiarato di aver consigliato i prodotti omeopatici come prima, o addirittura maggiormente, durante la pandemia e il 91,5 per cento sostiene che continuerà a proporli ai propri clienti. Per farlo con professionalità ed efficacia emerge però il bisogno di maggior formazione: il 68,5 per cento dei farmacisti chiede infatti più corsi di aggiornamento verticali sull'argomento. «È un caso prevalentemente italiano – commenta Giovanni Gorga, presidente di Omeoimprese (qualche giorno dopo è diventata presidente Silvia Nencioni) – quello della mancanza di indicazioni terapeutiche sulle confezioni. Un'anomalia legislativa a cui stiamo cercando di porre rimedio nel dialogo fra il comparto e le Istituzioni sanitarie. L'omeopatia è una disciplina medica regolamentata da leggi dello Stato che si rifanno a direttive europee, pienamente recepite in altri Paesi, Francia e Germania in testa. In Italia, invece, il quadro normativo è molto restrittivo. Se da un lato i farmaci omeopatici, dal punto di vista regolatorio, sono comparati dall'Aifa agli allopatici, dall'altro abbiamo la grande contraddizione dell'assenza di indicazioni terapeutiche, o almeno di campi di applicazione da poter citare sulla confezione».

Il nuovo sito *web eco-friendly* di New Line Digital Signage

New Line Digital Signage, azienda attiva nel settore della comunicazione digitale per la farmacia, ha lanciato un nuovo sito *web*, caratterizzato da design innovativo e attenzione all'ambiente. Grazie a una serie di accorgimenti tecnici, il sito riduce infatti dell'80 per cento le emissioni di CO_2 rispetto ai siti *standard*, contribuendo a contrastare il fenomeno dell'inquinamento digitale. Se consideriamo che ogni pagina visitata in rete equivale infatti all'emissione di 1,76 grammi di CO_2, e che oggi su *internet* esistono oltre 1,8 miliardi di siti *web*, ci rendiamo conto di quanto sia notevole l'impatto. New Line Digital Signage, che ha presentato il suo nuovo sito lo scorso maggio, in occasione di Cosmofarma, conferma così il suo impegno per la sostenibilità e la tutela dell'ambiente, temi centrali della manifestazione.
www.newlineds.com

Speciale

NUTRIENTI e SUPPLEMENTI

34. Ferro e dieta, tra necessità e falsi miti
È un elemento indispensabile al nostro organismo, non facile da assimilare tramite l'alimentazione. Il professor Giorgio Donegani, esperto di nutrizione e tecnologo alimentare, ci conferma alcuni luoghi comuni e ne sfata altri apparentemente indiscutibili

36. Fratture ossee, azione protettiva del magnesio
Una *review* mette in luce l'importanza del Mg sierico per la prevenzione delle fratture. Un risultato importante da approfondire, per trovare una forma di contrasto efficace al problema della fragilità ossea legata all'età

38. Terapie naturali in ginecologia, da Napoli le novità
Benessere intestinale e vaginale, gravidanza, endometriosi e fibroma uterino sono alcuni ambiti ginecologici in cui è possibile fare ricorso a un'integrazione. Se ne è diffusamente parlato all'ultimo congresso Sifiog di Napoli

www.nutrientiesupplementi.it

NUTRIENTI E SUPPLEMENTI

Fonte: www.nutrientiesupplementi.it

Ferro e dieta, tra necessità e falsi miti

È un elemento indispensabile al nostro organismo, non facile da assimilare tramite l'alimentazione. Il professor Giorgio Donegani, esperto di nutrizione e tecnologo alimentare, ci conferma alcuni luoghi comuni e ne sfata altri apparentemente indiscutibili

di Nicola Miglino

In occasione del lancio, da parte di Ibsa Farmaceutici, di una nuova formulazione di ferro in film orodispersibile, nata con l'obiettivo di facilitare l'assunzione degli integratori e un rapido assorbimento dell'ingrediente attivo, abbiamo incontrato Giorgio Donegani, esperto di nutrizione e tecnologo alimentare, al quale abbiamo rivolto alcune domande legate al ruolo del minerale per il nostro organismo, alle fonti alimentari e alla possibile supplementazione.

Dottor Donegani, ci può dire a cosa serve il ferro e come possiamo assumerlo nell'alimentazione quotidiana?
Nonostante sia presente in piccola quantità nel nostro organismo, 3-5 grammi al massimo, il ferro è un minerale assolutamente indispensabile per la nostra salute. Parliamo di un componente fondamentale dell'emoglobina, la proteina che trasporta l'ossigeno dai polmoni al resto del corpo, e della mioglobina, la proteina che rifornisce di ossigeno i muscoli, ma non solo. Questo minerale partecipa anche all'attività di molti enzimi e l'organismo ne ha bisogno per produrre alcuni ormoni e il tessuto connettivo, oltre a giocare un ruolo importante anche nel buon funzionamento del sistema immunitario e partecipare alla costruzione del collagene e della guaina mielinica che riveste i nervi. In teoria, non sembrerebbe difficile coprire il fabbisogno giornaliero di ferro, visto che ne dobbiamo introdurre quotidianamente pochi milligrammi e che questo minerale è presente in vari alimenti: il fegato, le carni rosse e bianche, il pesce, i molluschi, i crostacei, il tuorlo d'uovo contengono tutti quantità significative di ferro, così come troviamo buone quote di ferro nei legumi, nella frutta a guscio, in quella secca e nei vegetali a foglia verde. Tuttavia, nonostante la sua diffusione, è dimostrato che una parte consistente della popolazione assume una quantità di ferro inferiore a quella ottimale e questo avviene perché il nostro organismo assorbe soltanto una piccola parte del ferro introdotto con i cibi. Infatti, il ferro presente nei vari alimenti non è tutto uguale: nelle carni, nel pesce e in altri prodotti di origine animale si trova in una particolare forma chimica, chiamata ferro "*eme*", che viene ben assorbita mediamente nella misura del 20 per cento, mentre il ferro contenuto nei vegetali presenta una struttura diversa, il cosiddetto ferro "*non eme*", il cui assorbimento è in alcuni casi inferiore all'1 per cento.

Le necessità di ferro sono uguali per tutti?
Ancora più che per altri minerali, l'assunzione di ferro è decisamente influenzata da una serie di fattori individuali, primi tra tutti il sesso e l'età. Secondo le tabelle dei Larn, la dose raccomandata per l'uomo adulto ammonta a 10 mg/die, mentre per la donna in età fertile sale a 18 mg/die, perché con la mestruazione aumenta il fabbisogno, mentre dopo la menopausa si allinea a quella dell'uomo. Sul fabbisogno di questo minerale e sulla sua assunzione incidono inoltre anche altri fattori che hanno a che vedere con lo stile di vita e con alterazioni del nostro stato di salute, come specifiche problematiche di assorbimento e con determinate fasi della vita come la gravidanza. In quest'ultimo caso, per esempio, l'assunzione quotidiana raccomandata passa da 18 a 27 mg, un aumento notevole necessario a soddisfare le esigenze del feto in crescita e compensare le perdite ematiche durante il parto.

L'integrazione di ferro viene spesso associata a quella dell'acido folico: perché è utile la sinergia tra questi due elementi?
Entrambi i nutrienti svolgono insieme importanti funzioni che, in maniera sinergica, si rafforzano a vicenda e agiscono anche in maniera preventiva su alcune condizioni che possono essere negative per la nostra salute. L'acido folico è necessario per la sintesi del Dna e la formazione dei globuli rossi, d'altra parte il ferro è a sua volta essenziale per la formazione dell'emoglobina. Di qui il motivo fondamentale per cui questi due micronutrienti costituiscono una coppia virtuosa, integrando e potenziando reciprocamente le loro attività. La sinergia tra ferro e acido folico è, inoltre, particolarmente utile per le donne in età fertile e in gravidanza. In quest'ultimo caso, in particolare, il fabbisogno di entrambi i nutrienti aumenta e la loro integrazione combinata può aiutare sia a prevenire l'anemia da carenza di ferro sia a ridurre il rischio di difetti del tubo neurale del feto. Non da ultimo, se il ferro gioca un ruolo particolarmente importante per chi fa sport, l'acido folico è altrettanto utile perché riduce lo stress ossidativo e migliora la funzione muscolare, dato il ruolo che gioca per la sintesi delle proteine.

Ci sono falsi miti legati ad alcuni alimenti o esistono alimenti che contrastano l'assorbimento del ferro?
Un primo falso mito, che ancora tende a resistere e che peraltro in tempi passati ha contribuito notevolmente alla popolarità degli spinaci, è che essi siano una fonte eccellente di ferro. In realtà, se è vero che queste verdure contengono discrete quantità di ferro, è anche vero che è presente in forma *non eme*, che il nostro organismo assimila solo in piccola percentuale. Inoltre, gli spinaci contengono anche acido ossalico, che lega il ferro e ne impedisce l'assorbimento, così come possono ostacolarlo anche i fitati, altri composti naturalmente presenti in queste verdure. A proposito di sostanze che tendono a ridurre l'assorbimento del ferro, è da sfatare anche il mito che vuole i cereali integrali ottime fonti di questo minerale: anche in questo caso è vero che ne contengono, in forma *non eme*, ma è anche vero che la presenza di fitati e ossalati nei cereali integrali è talmente alta che in genere quelli prodotti per la prima colazione vengono arricchiti proprio di ferro, per contrastare questo effetto negativo. Anche alcuni polifenoli presenti nel tè e nel caffè ostacolano l'assimilazione del ferro, per cui è bene non abusarne, particolarmente nelle diete vegane e vegetariane. Infine, un ulteriore mito da sfatare è che la carne bianca non contenga ferro, mentre la carne rossa ne sia molto più ricca: pur se in misura un po' inferiore, anche nelle carni di pollo e tacchino il ferro è ben presente e possono essere alimenti preziosi per garantirne un'assunzione sufficiente. Un'altra cosa da sottolineare è che, a fronte dell'esistenza di alcune sostanze che inibiscono l'assorbimento del ferro, ce ne sono altre che invece migliorano la capacità dell'organismo di assorbire il ferro *non eme*. La vitamina C, contenuta in molta frutta e verdura, riesce a moltiplicare fino a sette volte il grado di assimilazione del ferro *non eme* e anche l'acido citrico contenuto nei limoni è utile per assorbire meglio questo minerale. Ecco allora che se vogliamo riabilitare almeno parzialmente gli spinaci come fonte di ferro, una buona idea è quella di condirli con olio e limone.

Come ci si deve comportare in caso di diete vegetariane/vegane o altre diete più estreme?
Come detto, il ferro che si trova nei vegetali si assorbe con difficoltà. Chi segue una dieta vegana, che esclude completamente qualsiasi alimento di origine animale, dovrebbe porre molta attenzione a monitorare la presenza di ferro nel proprio organismo ed eventualmente ricorrere a una sua integrazione. Lo stesso vale però anche per chi segue una dieta latteo-ovo vegetariana, che esclude cioè soltanto il consumo di pesce, di carne e dei loro derivati, ma ammette quello di uova e latticini. Se infatti il tuorlo d'uovo apporta una certa quantità di ferro in forma *eme*, facilmente disponibile, lo stesso non si può dire per latte, formaggi e latticini in generale, che di ferro ne contengono davvero molto poco.

Come migliorare l'alimentazione quotidiana nell'ottica di una maggiore assunzione di ferro?
Il primo consiglio è quello di variare la propria alimentazione: una dieta varia ci assicura diverse fonti di ferro pur se con diversi gradi di biodisponibilità. Un consiglio in cucina: dato che i sali di ferro si disperdono in acqua, evitiamo di buttare quella nella quale lessiamo carne e verdure, ma cerchiamo di riutilizzarla come brodo, magari per un buon risotto.

Fratture ossee, azione protettiva del magnesio

Una review mette in luce l'importanza del Mg sierico per la prevenzione delle fratture. Un risultato importante da approfondire, per trovare una forma di contrasto efficace al problema della fragilità ossea legata all'età

di Nicola Miglino

Una *review* pubblicata di recente su *Nutrients* ha messo in evidenza l'importanza di livelli sierici adeguati di magnesio (Mg) nella protezione ossea. Ne parliamo con Ligia J. Dominguez, Ordinario di Medicina interna e Geriatria all'Università Kore di Enna e coordinatrice del lavoro.

Professoressa Dominguez, da quali premesse nasce l'idea dell'analisi?
Le fratture da fragilità, che aumentano notevolmente con l'età, sono senza dubbio un rilevante problema di salute pubblica in termini di salute, disabilità e qualità della vita, nonché di onere sociale e finanziario. Studi sperimentali hanno dimostrato che il deficit di magnesio è associato a un aumentato riassorbimento osseo e a una ridotta formazione ossea. Nella letteratura medica diversi studi osservazionali hanno mostrano come un elevato contenuto di Mg nella dieta sia associato alla tendenza di riduzione dell'incidenza di fratture. Per l'associazione del Mg sierico con l'incidenza di fratture esistono studi con risultati discordanti e disegni non sempre ottimali. Per questo motivo, il nostro scopo era eseguire una revisione sistematica e metanalisi per valutare l'impatto del Mg sierico sul rischio di fratture negli studi di qualità disponibili.
La *review* ha seguito le regole stabilite per questo tipo di analisi con una ricerca bibliografica sistematica, utilizzando diversi *database* e includendo studi osservazionali che specificamente indagavano il rapporto del Mg sierico e l'incidenza di fratture, escludendo studi trasversali, sperimentali o studi con altro tipo di obiettivo.
Quali sono le evidenze emerse?
Un totale di 119.795 pazienti da quattro studi osservazionali longitudinali di qualità è stato incluso nella metanalisi. I partecipanti avevano una età media di 62 anni ed erano stati seguiti per una media di 79 mesi. Le analisi sono state aggiustate per una media di 15 potenziali fattori confondenti. Dalle analisi abbiamo visto che le concentrazioni sieriche più basse di Mg erano associate a un rischio significativamente più elevato di fratture incidenti, circa il 60 per cento in più rispetto alle concentrazioni più elevate di Mg.

Quali conclusioni e implicazioni cliniche se ne possono trarre?
I nostri risultati, che mostrano una forte associazione tra il Mg sierico e il rischio di fratture, mettono in evidenza l'importanza di questo ione fondamentale nella salute ossea e suggeriscono la necessità di mantenere livelli adeguati di Mg per la prevenzione delle fratture.
Ma sebbene i risultati siano significativi e promettenti, sono necessarie ulteriori ricerche per replicare i risultati in altre popolazioni e per validare il potenziale significato del Mg nella prevenzione delle fratture, che continuano ad aumentare e rappresentano un onere sanitario significativo a causa della disabilità associata.

Fonte: www.nutrientiesupplementi.it

Fonte: www.nutrientiesupplementi.it

Terapie naturali in ginecologia, da Napoli le novità

Benessere intestinale e vaginale, gravidanza, endometriosi e fibroma uterino sono alcuni ambiti ginecologici in cui è possibile fare ricorso a un'integrazione. Se ne è diffusamente parlato all'ultimo congresso Sifiog di Napoli

di Nicola Miglino

Nell'undicesimo congresso Sifiog (Società italiana fitoterapia e integratori ostetricia e ginecologia) tenutosi di recente a Napoli, ha visto riuniti i maggiori esperti mondiali per parlare di nutrizione, microbiota, integrazione alimentare come elementi complementari su cui puntare per le principali problematiche in ambito ginecologico, come infezioni genito-urinarie, chirurgia bariatrica, gravidanza, trattamenti per la fertilità e menopausa.

Sul benessere intestinale e vaginale si è parlato dell'α-Lattoalbumina (α-LA), una sieroproteina del latte materno, già nota in letteratura per le sue attività benefiche a livello intestinale. «È in grado di contribuire al miglioramento dell'infiammazione intestinale, spesso associata a una condizione di squilibrio microbico e di supportare la funzione di barriera dell'intestino attraverso la sua attività trofica e mucoprotettiva», sottolinea Elisa Lepore, dottore di ricerca in Scienze della vita all'Università di Roma La Sapienza. «Finora in letteratura è stata ben descritta la sua azione soprattutto in riferimento al miglioramento dell'assorbimento di alcuni micronutrienti, tra cui ferro e inositoli. L'α-LA è in grado di modulare la permeabilità intestinale, massimizzando la biodisponibilità di questi micronutrienti e favorendone l'assorbimento. Le ultime ricerche scientifiche – aggiunge Lepore – ancora in fase di completamento, suggeriscono un nuovo ruolo. In particolare, evidenze in vitro su modelli di microbiota intestinale e vaginale, hanno dimostrato che l'aggiunta di α-LA può avere un effetto prebiotico. La molecola è in grado di stimolare positivamente la proliferazione di alcune popolazioni batteriche coinvolte nel mantenimento del benessere intestinale e vaginale e di ridurre invece quelle popolazioni microbiche correlate a stati patologici».

A parlare di supplementazione di acido ialuronico in gravidanza è stata, invece, Laura Avagliano, ginecologa e docente presso l'Università di Milano: «La letteratura scientifica suggerisce che l'acido ialuronico abbia un ruolo anche nella gestazione, in quanto gli enzimi deputati alla sintesi di questo polimero sono espressi a livello dell'interfaccia materno-fetale. Non solo. L'acido ialuronico ad alto peso molecolare sembra indurre anche l'immunotolleranza materna e stimolare specifici recettori del progesterone, ormone fondamentale per la buona evoluzione della gravidanza. È chiaro che l'eventuale supplementazione non può e non deve sostituire le terapie farmacologiche convenzionali, dove necessarie. L'integrazione può però essere un contributo che affianca le terapie *standard* per aiutare a sostenere il corretto *timing* della gestazione».

Per quanto riguarda l'endometriosi, Antonio Simone Laganà, ginecologo presso l'Università degli studi di Palermo, ha focalizzato l'attenzione sull'impiego del D-Chiro-Inositolo: «Data la sua funzione di inibitore dell'espressione genica dell'aromatasi, la molecola può trovare impiego per ridurre i livelli di estrogeni e diminuire il rischio di progressione/recidiva di malattia. Il D-Chiro-Inositolo può rappresentare una terapia di prima linea, oltre che nelle pazienti con endometriosi che ricercano una gravidanza, anche nelle donne in cui non è raccomandata l'assunzione di terapia».

Infine, Andrea Tinelli, direttore della Uoc di Ginecologia e Ostetricia dell'ospedale di Scorrano (Lecce), ha sottolineato come numerosi gruppi di ricerca abbiano messo in evidenza gli effetti positivi sui fibromi uterini dell'Epigallocatechina gallato, una componente polifenolica del tè verde. «Oltre all'approccio chirurgico – spiega Tinelli – si può agire sui sintomi. Una recente ricerca ha messo in evidenza l'efficacia di molecole naturali come la Vitamina D, che sembra essere un fattore protettivo contro i fibromi, perché consente di fermarne la crescita o addirittura di ridurne le dimensioni, e la stessa Epigallocatechina gallato sembra avere effetti positivi in preparazione all'intervento chirurgico». ■

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

Dibase colecalciferolo

every Day

30 capsule rigide
Euro 7,50

30 capsule rigide
Euro 10,50

CLASSE C - RR

Nuovi **dosaggi giornalieri** in capsule da 1.000 e 2.000 U.I., per rispondere alle diverse esigenze di supplementazione.[1-3]

1. Hossein-Nezhad et al. Mayo Clin Proc. 2013; 88: 720-755; 2. RCP Dibaselab; 3. RCP Dibase 2.000.

ABIOGEN PHARMA

Pubblicità rivolta ai Medici depositata in AIFA il: 16/02/2023 - VIETATA LA DISTRIBUZIONE/ESPOSIZIONE AL PUBBLICO - MP 03.22 BIS BIS

TEMPO LIBERO

Un sogno a picco sul mare di Amalfi

Immaginate un convento di cappuccini risalente al XIII secolo ristrutturato da un *brand* di *hôtellerie* di lusso, affacciato sul mare da una scogliera di una delle destinazioni più famose d'Italia. Un sogno che diventa realtà all'Anantara Convento di Amalfi Grand Hotel, situato a 15 minuti a piedi dal centro di Amalfi. Il restauro dell'edificio ne ha preservato le caratteristiche intrinseche, come i chiostri e la chiesa barocca, mentre il *design* degli interni, con materiali naturali come legno, pelle, fibre naturali e metalli preziosi, seppur impreziositi da dettagli di lusso, si ispira alla vita semplice e a contatto con la natura del convento. Le 52 camere e *suite* della struttura, molte delle quali corrispondono agli antichi alloggi dei monaci, si distinguono per piastrelle originali, soffitti a volta e pareti imbiancate a calce. La Suite del Priore vanta affreschi originali, letto a baldacchino e vista sul chiostro, mentre la Suite dell'Eremita, situata nella tranquilla e profumatissima limonaia, assicura agli ospiti *privacy* e romanticismo. E, per portare il *relax* e il distacco della realtà alle massime vette, non può mancare una Spa: quella dell'Anantara Convento di Amalfi è uno spazio rilassante, intriso di spiritualità, rivestito di travertino e con vista sul mare. Ovviamente, in Costiera è impensabile rinunciare alla buona tavola: qui l'ospite ha diverse opzioni, tutte d'eccellenza. Al ristorante "Dei Cappucini" gli ingredienti coltivati nell'orto del convento sono protagonisti di piatti *à-la-carte* di ispirazione monastica e del menù degustazione, mentre alla Locanda della Canonica Pizzeria, il pluripremiato pizzaiolo Gino Sorbillo presenta otto pizze d'autore, invitando i commensali a scoprire i sapori campani, come le alici di Cetara o il "provolone del monaco". E, a confermare l'attenzione al territorio, l'hotel offre esperienze esclusive come *cooking class*, *trekking* sul Sentiero degli Dei e *tour* in auto d'epoca per ammirare il litorale della Costiera Amalfitana, fino a un volo privato in elicottero, con vista delle meraviglie architettoniche di Positano e Sorrento. *www.anantara.com/en/convento-di-amalfi*

Cambogia, un viaggio a tutta natura

Per chi ama i viaggi fuori dai sentieri battuti e dal turismo di massa, questo è l'anno della Cambogia: i *macrotrend* del turismo internazionale la danno in *pole position*, insieme al vicino Vietnam, tra le mete da visitare nel 2023. Proprio per questo il *tour operator* Kibo, ha creato il tour "Cambogia magia e sorrisi", secondo un'impostazione che vede nella natura la vera protagonista del viaggio. Il percorso traccia un anello intorno al Tonle Sap, il più grande lago di acqua dolce del sud est asiatico, dichiarato riserva della biosfera dall'Unesco. Si parte dalla capitale della Cambogia, Phnom Penh, dove si ammira il Palazzo Reale con il suo Buddha in oro massiccio e diamanti. Ci si sposta quindi verso Battambang, incontrando lungo il tragitto la collina di Oudong, luogo di pellegrinaggio e antica capitale, dove si gode di una delle viste più incredibili del viaggio: foreste impenetrabili, sconfinate aree pianeggianti, risaie, laghi e villaggi locali punteggiati di pagode. Per raggiungere Siem Reap, dove si trova l'imperdibile sito archeologico di Angkor Wat, si percorre una strada panoramica lungo la sponda nord del Tonle Sap: 200 chilometri tra verdeggianti risaie e villaggi punteggiati da casette tradizionali. Durante il viaggio di ritorno verso Phnom Penh si raggiunge il villaggio galleggiante di Kompong Kleang, con le sue case su palafitta che si riflettono sull'acqua. Questo *tour* offre la possibilità di interagire concretamente con la popolazione: sono infatti previsti pasti in ristoranti a gestione familiare e soste in mercati tradizionali. Il viaggio è previsto con partenze fisse fino a dicembre 2023, ha una durata di 8 giorni e 7 notti, e si svolge con guida in italiano e sistemazione in hotel di categoria *superior*. *www.kibotours.com*

MOSTRE IN ITALIA

Mario Schifano, *A la Balla*, 1965, Bruxelles, ®ArchivioMarioSchifano ®MARIO SCHIFANO, by SIAE 2023

MARIO SCHIFANO: IL NUOVO IMMAGINARIO. 1960 -1990

Napoli. L'esposizione comprende oltre 50 lavori di Mario Schifano dagli anni Sessanta ai Novanta, alcuni del tutto inediti e provenienti dalla Collezione di Intesa Sanpaolo, da istituzioni come il Museo del Novecento di Milano e la Galleria Internazionale d'Arte Moderna Ca' Pesaro di Venezia, da gallerie d'arte e collezioni private. Partendo dalle prime opere monocrome il percorso espositivo si snoda fino alle insegne, come quelle realizzate per Esso e Coca Cola, per poi procedere con capolavori dedicati ai grandi paesaggi italiani, al tema della figura umana e al futurismo. Fino al 29 ottobre alle Gallerie d'Italia - Palazzo Zevallos; *gallerieditalia.com/it/napoli/*

VITA DULCIS. PAURA E DESIDERIO NELL'IMPERO ROMANO

Roma. Guardare all'immenso patrimonio archeologico romano da un punto di vista nuovo, con un tocco di malizia, in un gioco di riferimenti che mixa la cultura classica e quella pop. È ciò che fa Francesco Vezzoli, accompagnando il visitatore in un percorso espositivo in grado di restituire ai reperti romani calore, vitalità e passione. Completamento ideale di questo racconto è il cinema, che, più di tutte le altre arti visive, ha celebrato l'antica Roma, restituendone quasi sempre la verità, le atmosfere e i colori. È stato dunque naturale accostare i reperti romani a spezzoni di film ambientati in quel periodo storico, in un *excursus* parallelo che parte da *Cabiria* per arrivare a produzioni più contemporanee. Fino al 27 agosto, al Palazzo delle Esposizioni; *www.palazzoesposizioni.it*

REVERSING THE EYE

Milano. Questa mostra offre nuovi spunti prospettici sull'arte povera, raramente associata a mezzi come fotografia o filmati, collocandola nel contesto sociopolitico italiano degli anni Sessanta e Settanta. Oltre 250 opere di circa 50 autori, tra cui Michelangelo Pistoletto, Giuseppe Penone, Giulio Paolini, Elisabetta Catalano, Mario Cresci, Luigi Ghirri, Mimmo Jodice e Ugo Mulas, sono allestite secondo un andamento cronologico che va dal 1960 al 1975, ma ulteriormente concentrate in quattro sezioni tematiche: Corpo, Esperienza, Immagine e Teatro. Fotografia e *videotape*. Fino al 3 settembre alla Triennale Milano; *triennale.org*

Scoprire l'Italia attraverso i cammini

Il turismo sostenibile è una delle nuove frontiere del viaggio. In questo quadro prendono sempre più spazio i cammini, che permettono di conoscere, tappa dopo tappa, tradizioni e culture che altrimenti rischierebbero di essere dimenticate. Il più famoso è quello di Santiago di Compostela, ma l'Italia offre una rete di cammini molto diversi tra loro, adatti a tutti i gusti e a tutti i livelli. La Via delle Sorelle, per esempio, tra Bergamo e Brescia, è un percorso di 130 chilometri che unisce le due città Capitali della Cultura 2023. Celeberrima è la Via Francigena, con diverse varianti che portano tutte a San Pietro a Roma, ma non meno amato, dai turisti religiosi e non solo, è il Cammino di Sant'Antonio, che unisce Padova al Santuario de La Verna sull'Appennino Toscano, toccando molti dei luoghi che hanno ospitato il santo. Uno dei cammini più suggestivi e amati è il Cammino Materano: quattro itinerari, che, di monastero in monastero, attraversano Puglia e Basilicata per condurre a Matera. Adatto a camminatori esperti è il Sentiero del Brigante, sui crinali dell'Aspromonte, che ricalca le vie usate dai briganti per sfuggire alla cattura. Un percorso breve, ma indubbiamente suggestivo, è il Sentiero degli Dei, otto chilometri di incredibili panorami a picco sul mare che si snodano lungo la Costiera Amalfitana, da Agerola a Positano.

A Firenze si celebra l'alto artigianato

Dal 15 al 17 settembre il Giardino di Palazzo Corsini a Firenze si trasforma in una fucina d'eccellenze con Artigianato e Palazzo. Giunta alla sua XXIX edizione, questa manifestazione nasce con l'intento di preservare e promuovere l'alto artigianato. Sancisce l'attenzione verso i giovani il debutto della collaborazione con *Métiers d'Excellence* Lvmh, programma del gruppo Lvmh nato con l'obiettivo di trasmettere e valorizzare lo straordinario patrimonio dei mestieri d'eccellenza e del fatto a mano. Tante le iniziative collaterali, che culmineranno con l'assegnazione del Premio Perseo all'espositore più apprezzato dal pubblico, e del "Premio Giorgiana Corsini", per lo *stand* più bello. *www.artigianatoepalazzo.it*

DIBASE

RIASSUNTO DELLE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO - 024/01

1. DENOMINAZIONE DEL MEDICINALE
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide

2. COMPOSIZIONE QUALITATIVA E QUANTITATIVA
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide
1 capsula contiene: colecalciferolo (vitamina D_3) 0,050 mg pari a 2.000 U.I.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide
1 capsula contiene: colecalciferolo (vitamina D_3) 0,150 mg pari a 6.000 U.I.

Per l'elenco completo degli eccipienti, vedere paragrafo 6.1.

3. FORMA FARMACEUTICA
Capsula rigida
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide
Corpo trasparente e testa bianca con banda di sigillatura bianca.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide
Corpo trasparente e testa bianca con banda di sigillatura gialla.

4. INFORMAZIONI CLINICHE

4.1 Indicazioni terapeutiche
Prevenzione e trattamento della carenza di vitamina D.
DIBASE capsule è indicato negli adulti e negli adolescenti di età superiore a 12 anni.

4.2 Posologia e modo di somministrazione
Posologia
Prevenzione della carenza di vitamina D
La somministrazione preventiva di DIBASE è consigliata in tutte le condizioni caratterizzate da maggior rischio di carenza o da aumentato fabbisogno. È generalmente riconosciuto che la prevenzione della carenza di vitamina D deve essere effettuata:
- nella donna in gravidanza (ultimo trimestre);
- durante l'allattamento;
- nel soggetto anziano;
- nelle seguenti condizioni:
• esposizione solare insufficiente (e.g. soggetti confinati, soggetti ricoverati in ospedale o in strutture assistenziali) o inefficace (e.g. uso di indumenti protettivi, uso di filtri/schermi solari);
• intensa pigmentazione cutanea;
• regimi alimentari particolari (poveri di calcio, vegetariani, ecc.);
• patologie dermatologiche estese o malattie granulomatose (tubercolosi, lebbra, ecc.);
• uso concomitante di alcuni medicinali come anticonvulsivanti (barbiturici, fenitoina, primidone), glucocorticoidi (terapie corticosteroidee a lungo termine);
• patologie dell'apparato digerente (e.g. malassorbimento intestinale, mucoviscidosi o fibrosi cistica);
• insufficienza epatica.
Trattamento della carenza di vitamina D
La carenza di vitamina D deve essere accertata clinicamente e/o con indagini di laboratorio. Il trattamento è teso a ripristinare i depositi di vitamina D e sarà seguito da una terapia di mantenimento se persiste il rischio di carenza, ad un dosaggio di vitamina D idoneo. Nella maggior parte dei casi è consigliabile non superare, in fase di trattamento, una dose cumulativa di 300.000 U.I., salvo diverso parere del medico.
A titolo indicativo si fornisce il seguente schema posologico, da adattare a giudizio del medico sulla base della natura e gravità dello stato carenziale (vedere anche paragrafo 4.4 "Avvertenze speciali e precauzioni d'impiego").
Popolazione pediatrica
DIBASE capsule non è raccomandato nei bambini di età compresa tra 0 e 12 anni a causa della forma farmaceutica in cui si presenta, per la difficoltà di deglutizione.
Per la somministrazione in questa popolazione è opportuno ricorrere ad altre forme farmaceutiche.
Adolescenti (>12 anni)
Prevenzione
Capsule da 2.000 U.I.: da 1 capsula ogni 4 giorni ad un massimo di 1 capsula a giorni alterni;
Capsule da 6.000 U.I.: da 1 capsula ogni 12 giorni ad un massimo di 1 capsula ogni 6 giorni.
Trattamento
Le dosi raccomandate sono comprese tra 1.000 U.I. e 4.000 U.I. al giorno di vitamina D_3. La dose e lo schema posologico devono essere adeguati a seconda dei livelli sierici di 25-idrossicolecalciferolo [25(OH)D] che si desidera raggiungere, della gravità della malattia e della risposta del paziente al trattamento.
La posologia raccomandata è la seguente:
- *Capsule da 2.000 U.I.:* da 1 capsula a giorni alterni ad un massimo di 2 capsule al giorno.
- *Capsule da 6.000 U.I.:* da 1 capsula ogni 3 giorni.
Successivamente, possono essere prese in considerazione dosi più basse, a seconda dei livelli sierici di 25-idrossicolecalciferolo [25(OH)D] che si desidera raggiungere, della gravità della malattia e della risposta del paziente al trattamento.
Adulti
Prevenzione
- *Capsule da 2.000 U.I.:* 1 capsula a giorni alterni. In caso di fattori di rischio multipli, secondo giudizio del medico, il dosaggio può essere aumentato fino a 1 capsula al giorno.
- *Capsule da 6.000 U.I.:* 1 capsula ogni 6-8 giorni. In caso di fattori di rischio multipli, secondo giudizio del medico, il dosaggio può essere aumentato fino a 1 capsula ogni 3 giorni.
Trattamento
Le dosi raccomandate sono comprese tra 1.000 U.I. e 4.000 U.I. al giorno di vitamina D_3. La dose e lo schema posologico devono essere adeguati a seconda dei livelli sierici di 25-idrossicolecalciferolo [25(OH)D] che si desidera raggiungere, della gravità della malattia e della risposta del paziente al trattamento.
La posologia raccomandata è la seguente:
- *Capsule da 2.000 U.I.:* da 1 capsula a giorni alterni ad un massimo di 2 capsule al giorno.
- *Capsule da 6.000 U.I.:* da 1 capsula ogni 6 giorni ad un massimo di 2 capsule ogni 3 giorni.
Successivamente, possono essere prese in considerazione dosi più basse, a seconda dei livelli sierici di 25-idrossicolecalciferolo [25(OH)D] che si desidera raggiungere, della gravità della malattia e della risposta del paziente al trattamento.
Gravidanza
Nell'ultimo trimestre di gravidanza:
- *Capsule da 2.000 U.I.:* 1 capsula a giorni alterni.
- *Capsule da 6.000 U.I.:* 1 capsula ogni 6-8 giorni.
Tuttavia, nelle donne considerate carenti di vitamina D, a giudizio del medico, può essere necessaria una dose più elevata fino a 2.000 U.I. al giorno (2 capsule da 1.000 U.I. al giorno o 1 capsula da 2.000 U.I. al giorno o 1 capsula da 6.000 U.I. ogni 3 giorni).
Popolazioni speciali
Insufficienza renale
In pazienti con compromissione renale da lieve a moderata: non è necessario alcun aggiustamento del dosaggio. Il colecalciferolo non deve essere somministrato a pazienti con grave compromissione renale.

Modo di somministrazione
Per uso orale.
La capsula di DIBASE deve essere deglutita intera e non deve essere masticata o aperta.
Si raccomanda di assumere DIBASE capsule durante i pasti (vedere paragrafo 5.2).

4.3 Controindicazioni
• Ipersensibilità al principio attivo o ad uno qualsiasi degli eccipienti elencati al paragrafo 6.1.
• Ipercalcemia, ipercalciuria.
• Calcolosi renale (nefrolitiasi), nefrocalcinosi
• Insufficienza renale grave (vedere paragrafo 4.4)
• Ipervitaminosi D

4.4 Avvertenze speciali e precauzioni di impiego
In caso di somministrazioni prolungate con alti dosaggi, si consiglia di monitorare il livello sierico di 25-idrossi-colecalciferolo. Interrompere l'assunzione di DIBASE quando il livello sierico di 25-idrossi-colecalciferolo supera i 100 ng/ml (pari a 250 nmol/l).
Pazienti con insufficienza renale da lieve a moderata presentano un alterato metabolismo minerale e della vitamina D nella forma di colecalciferolo, perciò se devono essere trattati con colecalciferolo, è necessario monitorare gli effetti sull'omeostasi di calcio e fosfato.
Si deve considerare il rischio di calcificazione dei tessuti molli. Nei pazienti con *insufficienza renale grave* la vitamina D nella forma di colecalciferolo non è metabolizzata normalmente: pertanto, per tali pazienti dovrebbero essere utilizzate altre forme di vitamina D per mantenere un'adeguata omeostasi di calcio e fosfato. Questi pazienti necessitano di una gestione specialistica appropriata (vedere paragrafo 4.3).
Nei pazienti anziani già in trattamento con glicosidi cardiaci o diuretici è importante monitorare la calcemia e la calciuria (vedere paragrafo 4.5). In caso di ipercalcemia o di insufficienza renale, ridurre la dose o interrompere il trattamento con vitamina D.
Per evitare un sovradosaggio, tenere conto della dose totale di vitamina D in caso di associazione con trattamenti contenenti già vitamina D, cibi addizionati con vitamina D o in caso di utilizzo di latte arricchito con vitamina D.
Nei seguenti casi può essere necessario una revisione dei dosaggi rispetto a quelli indicati:
• soggetti in trattamento con anticonvulsivanti o barbiturici (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con terapie corticosteroidee (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con ipolipidemizzanti quali colestipolo, colestiramina (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con farmaci che riducono l'assorbimento dei grassi (orlistat, vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con antiacidi contenenti alluminio (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti obesi (vedere paragrafo 5.2);
• patologie digestive (malassorbimento intestinale, mucoviscidosi o fibrosi cistica);
• patologie dermatologiche estese
• insufficienza epatica.
- Il prodotto deve essere prescritto con cautela a pazienti affetti da sarcoidosi e/o da iperparatiroidismo primitivo, a causa del possibile incremento del metabolismo della vitamina D nella sua forma attiva. In questi pazienti occorre monitorare il livello del calcio nel siero e nelle urine. In pazienti con storia di calcolosi renale devono essere monitorati i livelli di calcio e fosfato.

Popolazione pediatrica
DIBASE 2.000/6.000 U.I. in capsule rigide non è indicato per i bambini di età compresa tra 0-12 anni.

4.5 Interazioni con altri medicinali ed altre forme di interazione
In caso di trattamento con farmaci contenenti la ***digitale e altri glicosidi cardiaci***, la somministrazione orale di calcio combinato con la vitamina D aumenta il rischio di tossicità della digitale (aritmia). È pertanto richiesto lo stretto controllo del medico e, se necessario, il monitoraggio elettrocardiografico e delle concentrazioni sieriche di calcio.
Nei pazienti trattati con glicosidi cardiaci, è necessario ridurre la dose o sospendere il trattamento se la calciuria risulta essere maggiore di 300 ng/24 h (vedere paragrafo 4.4).
Studi sugli animali hanno suggerito un possibile potenziamento dell'azione del ***warfarin*** quando somministrato con ergocalciferolo. Sebbene non vi siano simili evidenze con l'impiego di colecalciferolo è opportuno usare cautela quando i due farmaci vengono usati contemporaneamente.
In caso di trattamento con ***diuretici tiazidici***, che riducono l'eliminazione urinaria del calcio, è raccomandato il controllo delle concentrazioni sieriche di calcio.
L'effetto della vitamina D_3 può essere ridotto dall'uso concomitante di:
- ***anticonvulsivanti*** (*es.* ***carbamazepina***, ***fenobarbital***, ***fenitoina***, ***primidone***) o ***barbiturici***, per inattivazione metabolica;
- ***corticosteroidi***;
- *alcuni* ***antibatterici*** (*es.* ***rifampicina***, ***isoniazide***);
L'effetto della vitamina D è diminuito da:
- ***antiacidi contenenti alluminio***, un uso concomitante può interferire con l'efficacia di DIBASE capsule;
- ipolipidemizzanti, quali ***colestiramina***, ***colestipolo***;
- ***orlistat***.
Un uso concomitante di ***preparati contenenti magnesio*** può esporre al rischio di ipermagnesiemia.
L'agente citotossico ***actinomicina*** e gli ***agenti imidazolici antifungini*** interferiscono con l'attività della vitamina D_3 inibendo la conversione della 25-idrossivitamina D_3 in 1,25-diidrossivitamina D_3 da parte dell'enzima renale, 25-idrossivitamina D-1-idrossilasi.
Riduzioni della concentrazione sierica di vitamina D sono state osservate a seguito della somministrazione di dosi tra 300 e 1200 mg/die di ketoconazolo in soggetti sani. Tuttavia, studi di interazione tra ketoconazolo e vitamina D non sono stati effettuati in vivo.
L'***alcolismo cronico*** diminuisce le riserve di vitamina D nel fegato.

4.6 Fertilità, gravidanza e allattamento
Gravidanza
Quando necessario, la vitamina D può essere assunta durante la gravidanza. Il sovradosaggio di vitamina D deve essere evitato in gravidanza durante i primi 6 mesi in quanto può avere effetti tossici. Esiste una correlazione tra eccesso di assunzione o estrema sensibilità materna alla vitamina D durante la gravidanza e ritardo dello sviluppo fisico e mentale del bambino, stenosi aortica sopravalvolare e retinopatia.
L'ipercalcemia materna può anche portare alla soppressione della funzione paratiroidea nei neonati con conseguente ipocalcemia, tetania e convulsioni.

Allattamento
Quando necessario, la vitamina D può essere prescritta durante l'allattamento. Tale supplemento non sostituisce la somministrazione di vitamina D nel neonato. La vitamina D e i suoi metaboliti si ritrovano nel latte materno. Questo aspetto deve esser preso in considerazione quando si somministra al bambino ulteriore vitamina D.

Fertilità
Non ci sono dati relativi agli effetti del colecalciferolo sulla fertilità.

4.7 Effetti sulla capacità di guidare veicoli e sull'uso di macchinari
Non sono disponibili dati sugli effetti del prodotto sulla capacità di guidare. Tuttavia, un effetto su tale capacità è improbabile. In ogni caso, per la guida di veicoli o l'uso di macchinari, si deve tenere conto che come effetto indesiderato del trattamento con DIBASE capsule si può manifestare sonnolenza, sebbene raramente.

4.8 Effetti indesiderati
Se la posologia è conforme alle effettive esigenze individuali, DIBASE è ben tollerato, grazie anche alla capacità dell'organismo di accumulare il colecalciferolo nei tessuti adiposi e muscolari (vedere paragrafo 5.2).
Gli effetti indesiderati segnalati con l'uso della vitamina D sono riportati di seguito.
Le frequenze stimate degli eventi si basano sulla seguente convenzione: 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).

Frequenza	Comune	Non comune	Raro	Molto Raro	Non nota
Classificazione per sistemi e organi					
Disturbi del sistema immunitario			ipersensibilità		
Disturbi del metabolismo e della nutrizione		ipercalcemia, [secondaria a ipervitaminosi, che può manifestarsi solo in caso di sovradosaggio o in seguito ad un uso prolungato e incontrollato (vedere paragrafo 4.9)]	appetito ridotto, sete		polidipsia
Disturbi psichiatrici			sonnolenza, stato confusionale		
Patologie del sistema nervoso					cefalea
Patologie gastrointestinali			stipsi, flatulenza, dolore addominale, nausea, diarrea		vomito, disgeusia, bocca secca
Patologie della cute e del tessuto sottocutaneo			eruzione cutanea, prurito, orticaria		
Patologie renali e urinarie		ipercalcinuria			nefrocalcinosi, poliuria, insufficienza renale
Patologie generali e condizioni relative alla sede di somministrazione			astenia		

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
Interrompere l'assunzione di DIBASE quando la calcemia supera i 10,6 mg/dl (2,65 mmol/l) o se la calciuria supera 300 mg/24 h negli adulti o 4-6 mg/kg/die nei bambini. Il sovradosaggio si manifesta come ipercalcinuria e ipercalcemia, i cui sintomi sono i seguenti: nausea, vomito, sete, polidipsia, poliuria, costipazione e disidratazione.
Sovradosaggi cronici possono portare a calcificazione vascolare e degli organi, come risultato dell'ipercalcemia.
Sovradosaggio in gravidanza: vedere paragrafo 4.6.
Trattamento in caso di sovradosaggio
Interrompere la somministrazione di DIBASE e procedere alla reidratazione. È possibile somministrare diuretici dell'ansa (es. furosemide), se non controindicati, al fine di assicurare un'adeguata diuresi.

5. PROPRIETÀ FARMACOLOGICHE

5.1 Proprietà farmacodinamiche
Categoria farmacoterapeutica: vitamina D e analoghi, colecalciferolo.
Codice ATC: A11CC05
L'attività farmacodinamica della vitamina D_3, proveniente in larga parte da sintesi cutanea e/o in minima entità da assorbimento intestinale conseguente ad assunzione di alimenti e/o di supplementi, deriva dalla tra-

DIBASELAB

RIASSUNTO DELLE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO - 001/00

1. DENOMINAZIONE DEL MEDICINALE
DIBASELAB 1.000 U.I. capsule rigide

2. COMPOSIZIONE QUALITATIVA E QUANTITATIVA
1 capsula contiene: colecalciferolo (vitamina D_3) 0,025 mg pari a 1.000 U.I.
Per l'elenco completo degli eccipienti, vedere paragrafo 6.1.

3. FORMA FARMACEUTICA
Capsula rigida.
Corpo trasparente e testa bianca con banda di sigillatura rosa.

4. INFORMAZIONI CLINICHE
4.1 Indicazioni terapeutiche
Prevenzione dell'ipovitaminosi D per condizioni che comportano un'insufficiente produzione cutanea e/o un aumentato fabbisogno di vitamina D.
DIBASELAB è indicato negli adolescenti di età superiore a 12 anni e negli adulti.
4.2 Posologia e modo di somministrazione
Posologia
Sono consigliabili cicli di assunzione di 3 mesi.
Si riportano di seguito le condizioni di rischio che comportano un'insufficiente produzione cutanea e/o un aumentato fabbisogno di vitamina D:
• scarsa esposizione solare (es. soggetti istituzionalizzati) e, in ogni caso, se l'esposizione solare è insufficiente oppure inefficace (i.e. uso di filtri e schermi solari, periodo invernale);
• intensa pigmentazione cutanea;
• regimi alimentari particolari (poveri di calcio, vegetariani, privi di lattosio, ecc.);
• gravidanza (ultimo trimestre) e allattamento;
Adulti
1 capsula al giorno.
Gravidanza (ultimo trimestre) e allattamento
1 capsula ogni due giorni (corrispondente ad una dose giornaliera di 500 U.I.).
Popolazione pediatrica
DIBASELAB non è idoneo per bambini di età compresa tra 0 e 12 anni.
Adolescenti (> 12 anni)
1 capsula ogni due giorni (corrispondente ad una dose giornaliera di 500 U.I.).
Compromissione renale
In pazienti con compromissione renale da lieve a moderata: non è necessario alcun aggiustamento del dosaggio. Il colecalciferolo non deve essere somministrato a pazienti con grave compromissione renale.
Modo di somministrazione
Si raccomanda di assumere DIBASELAB durante i pasti (vedere paragrafo 5.2).
La capsula deve essere ingerita intera.
4.3 Controindicazioni
• Ipersensibilità al principio attivo o ad uno qualsiasi degli eccipienti elencati al paragrafo 6.1.
• Ipercalcemia, ipercalcinuria.
• Calcolosi renale (nefrolitiasi, nefrocalcinosi).
• Insufficienza renale grave (vedere paragrafo 4.4)
• Ipervitaminosi D
4.4 Avvertenze speciali e precauzioni di impiego
- *Assunzioni prolungate*. In questo caso il medico potrà valutare la necessità di monitorare il livello sierico di 25-idrossi-colecalciferolo. Qualora il livello sierico di 25-idrossi-colecalciferolo superasse i 100 ng/ml (pari a 250 nmol/l), è opportuno interrompere l'assunzione di DIBASELAB.
- *pazienti anziani già in trattamento con glicosidi cardiaci o diuretici* (vedere paragrafo 4.5). In questi pazienti è importante il monitoraggio della calcemia. In caso di ipercalcemia e/o ipercalcinuria interrompere il trattamento con vitamina D.
- *pazienti con insufficienza renale da lieve a moderata*. Questi pazienti presentano un alterato metabolismo della vitamina D; perciò, se devono essere trattati con colecalciferolo, è necessario monitorare gli effetti sull'omeostasi di calcio e fosfato. Si deve considerare il rischio di calcificazione dei tessuti molli.
Per evitare un sovradosaggio, tenere conto della dose totale di vitamina D in caso di associazione con trattamenti contenenti già vitamina D, cibi addizionati con vitamina D o in caso di utilizzo di latte arricchito con vitamina D.
- *nei seguenti casi può essere necessaria una revisione dei dosaggi*:
• soggetti in trattamento con anticonvulsivanti o barbiturici (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con terapie corticosteroidee (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con farmaci che riducono i grassi circolanti (ipolipidemizzanti quali colestipolo, colestiramina - vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con farmaci che riducono l'assorbimento dei grassi (orlistat - vedere paragrafo 4.5);
• soggetti in trattamento con antiacidi contenenti alluminio (vedere paragrafo 4.5);
• soggetti obesi (vedere paragrafo 5.2);
• patologie digestive (malassorbimento intestinale, mucoviscidosi o fibrosi cistica);
• insufficienza epatica.
- *pazienti affetti da sarcoidosi e/o iperparatiroidismo primitivo*. In questi soggetti il prodotto deve essere utilizzato con cautela per il possibile aumento della sua metabolizzazione nella forma attiva con conseguente effettivo rischio di ipercalcemia e ipercalcinuria. Per questo motivo in questi pazienti occorre monitorare il livello del calcio nel siero e nelle urine.
- *insufficienza renale severa*. In questa condizione, la vitamina D nella forma di colecalciferolo non è metabolizzata normalmente e dovrebbero essere utilizzate altre forme di vitamina D per mantenere un'adeguata omeostasi di calcio e fosfato. Questi pazienti necessitano di una gestione specialistica appropriata (vedere paragrafo 4.3).
- *pazienti con storia di calcolosi renale*. In questi soggetti devono essere monitorati i livelli di calcio e fosfato.
- *popolazione pediatrica*. DIBASELAB non è indicato per i bambini di età compresa tra 0 e 12 anni.
4.5 Interazioni con altri medicinali ed altre forme di interazione
In caso di trattamento con farmaci contenenti la ***digitale e altri glicosidici cardiaci***, la somministrazione orale di calcio combinato con la vitamina D aumenta il rischio di tossicità della digitale (aritmia). È pertanto richiesto lo stretto controllo del medico e, se necessario, il monitoraggio elettrocardiografico e delle concentrazioni sieriche di calcio.
Studi sugli animali hanno suggerito un possibile potenziamento dell'azione del ***warfarin*** quando somministrato con calciferolo. Sebbene non vi siano simili evidenze con l'impiego di colecalciferolo è opportuno usare cautela quando i due farmaci vengono usati contemporaneamente.
In caso di trattamento con ***diuretici tiazidici***, che riducono l'eliminazione urinaria del calcio, è raccomandato il controllo delle concentrazioni sieriche di calcio.
L'effetto della vitamina D_3 può essere ridotto per inattivazione metabolica dall'uso concomitante di farmaci induttori del CYP450:
- alcuni ***antibatterici*** (es. ***rifampicina***, ***isoniazide***);
- alcuni ***antiepilettici*** (es. ***carbamazepina***, ***fenobarbital***, ***fenitoina***, ***primidone***);
- *barbiturici*
- ***corticosteroidi***.
L'assorbimento della vitamina D è diminuito da:
- ***antiacidi contenenti alluminio***, in uso concomitante che può interferire con l'efficacia del farmaco;
- ipolipidemizzanti, quali ***colestiramina***, ***colestipolo***;
- ***orlistat***.
Preparati contenenti magnesio possono esporre al rischio di ipermagnesiemia.
L'***alcolismo cronico*** diminuisce le riserve di vitamina D nel fegato.
L'agente citotossico ***actinomicina*** e gli ***agenti imidazolici antifungini*** interferiscono con l'attività della vitamina D_3 inibendo la conversione della 25-idrossivitamina D_3 in 1,25-diidrossivitamina D_3 da parte dell'enzima renale, 25-idrossivitamina D-1-idrossilasi.
Riduzioni della concentrazione sierica di vitamina D sono state osservate a seguito della somministrazione di dosi tra 300 e 1200 mg/die di ketoconazolo in soggetti sani. Tuttavia, studi di interazione tra ketoconazolo e vitamina D non sono stati effettuati in vivo.
4.6 Fertilità, gravidanza e allattamento
Gravidanza
Quando necessario la vitamina D può essere assunta durante la gravidanza. Il sovradosaggio di vitamina D deve essere evitato in gravidanza durante i primi 6 mesi in quanto può avere effetti tossici. Esiste una correlazione tra eccesso di assunzione o estrema sensibilità materna alla vitamina D durante la gravidanza e ritardo dello sviluppo fisico e mentale del bambino, stenosi aortica sopravalvolare e retinopatia. L'ipercalcemia materna può anche portare alla soppressione della funzione paratiroidea nei neonati con conseguente ipocalcemia, tetania e convulsioni.
Allattamento
Quando necessario, la vitamina D può essere assunta durante l'allattamento. Tale supplementazione non sostituisce la somministrazione di vitamina D nel neonato. La vitamina D e i suoi metaboliti si ritrovano nel latte materno. Questo aspetto deve essere preso in considerazione quando si somministra al bambino ulteriore vitamina D.
Fertilità
Non ci sono dati relativi agli effetti del colecalciferolo sulla fertilità.
4.7 Effetti sulla capacità di guidare veicoli e sull'uso di macchinari
Non sono disponibili dati sugli effetti del prodotto sulla capacità di guidare. Tuttavia, un effetto su tale capacità è improbabile. In ogni caso, per la guida di veicoli o l'uso di macchinari, si deve tenere conto che come effetto indesiderato del trattamento con DIBASELAB si può manifestare sonnolenza, sebbene raramente.
4.8 Effetti indesiderati
Se la posologia è conforme alle effettive esigenze individuali, il colecalciferolo è ben tollerato, grazie anche alla capacità dell'organismo di accumularlo nei tessuti adiposi e muscolari (vedere paragrafo 5.2).
Sulla base dei dati degli studi clinici e dell'esperienza post-marketing, di seguito sono riportati gli effetti indesiderati di vitamina D. Le frequenze stimate degli eventi si basano sulla seguente convenzione: comune (≥ 1/100, <1/10); non comune (≥ 1/1.000, < 1/100); rara (≥ 1/10.000, < 1/1.000); molto rara (< 1/10.000); non nota (la frequenza non può essere definita sulla base dei dati disponibili).

sformazione enzimatica, soprattutto a livello renale, del calcifediolo [25(OH)D_3, 25-idrossivitamina D_3], metabolita che si produce in gran parte a livello epatico, in calcitriolo [1,25(OH)$_2D_3$, 1,25 diidrossivitamina D_3], il metabolita attivo.
Il metabolita attivo, legandosi al recettore VDR intracellulare dei tessuti interessati, esercita numerose azioni importanti nell'organismo umano.
L'attività classica e principale della vitamina D è quella a livello del metabolismo fosfo-calcico. In questo caso, la vitamina D agisce congiuntamente all'ormone paratiroideo PTH e la loro attività ormonale ha il fine di mantenere l'omeostasi del calcio e del fosforo nella circolazione.
Nell'uomo, infatti, il calcio sierico è mantenuto in un intervallo ristretto di concentrazioni, tra 2,45 e 2,65 mmol/l. Quando la concentrazione ematica del calcio è inferiore ai livelli fisiologici, vengono attuati una serie di eventi anti-ipocalcemici per riportarla entro il range di normalità. Ciò si esplica su tre distretti specifici dell'organismo: rene, osso ed intestino. A livello del rene, il PTH stimola da una parte il riassorbimento tubulare del calcio e dall'altra la conversione del calcifediolo in calcitriolo nei tubuli prossimali. Sul tessuto osseo il calcitriolo agisce congiuntamente al PTH, regolando opportunamente il turnover osseo. In caso di ipocalcemia, aumenta l'espressione degli osteoclasti che porta alla degradazione del collagene e alla liberazione del calcio e del fosforo nel micro-ambiente e nel circolo ematico.
A livello dell'intestino tenue il calcitriolo, la cui conversione da calcifediolo è promossa dal PTH tramite l'attivazione dell'enzima 1α-idrossilasi, aumenta l'assorbimento di calcio e fosforo. Il sistema poi si autoregola in modo che, una volta che il calcio sia tornato nel *range* di normalità, non si determini uno stato di ipercalcemia.
Il calcitriolo, infatti, da una parte inibisce l'attività enzimatica 1α-idrossilasi e dall'altra sopprime l'attività delle paratoroidi, inibendo la proliferazione delle cellule paratiroidee e la loro secrezione di PTH. Inoltre, il calcitriolo si autoregola stimolando la espressione di enzimi che lo trasformano in metaboliti inattivi che vengono escreti nella bile.
La carenza di vitamina D comporta alterazioni del metabolismo dell'osso, che si traducono in patologie come il rachitismo nel bambino e l'osteomalacia nell'adulto, entrambe causate da una mineralizzazione insufficiente dell'osso. Nello stato carenziale, infatti, si determina una riduzione della concentrazione ematica di calcio che induce un aumento del PTH, il quale mobilita il calcio e il fosforo dal tessuto osseo. In questo modo, si mantiene una calcemia adeguata ma compaiono alterazioni secondarie come le alterazioni scheletriche tipiche del rachitismo/osteomalacia, ipofosforemia (il PTH riduce il riassorbimento renale del fosforo) e l'elevazione della fosfatasemia alcalina.
La somministrazione di vitamina D corregge una situazione carenziale della stessa: aumenta l'assorbimento intestinale di calcio e il suo riassorbimento a livello renale, e, riducendo la secrezione dell'ormone paratiroideo (PTH), inibisce gli effetti dell'iperparatoroidismo secondario.
La carenza di vitamina D, inoltre, è un fattore di rischio dell'osteoporosi e delle fratture osteoporotiche, e, se non opportunamente corretta, può determinare il fallimento delle terapie con farmaci antiriassorbitivi nell'osteoporosi.

L'approccio più fisiologico della supplementazione con vitamina D è quello giornaliero col quale sono stati realizzati i principali studi che ne documentano l'efficacia; tuttavia al fine di migliorare l'aderenza al trattamento il ricorso a dosi equivalenti settimanali o mensili è giustificato da un punto di vista farmacologico. Una volta verificato il raggiungimento di valori di normalità essi possono essere mantenuti con dosi inferiori.

5.2 Proprietà farmacocinetiche
Assorbimento
La vitamina liposolubile D_3 è assorbita attraverso l'intestino tenue in presenza di acidi biliari con l'aiuto di micelle e passa nel sangue attraverso la circolazione linfatica. L'assorbimento del colecalciferolo a livello intestinale è favorito dalla concomitante assunzione di alimenti contenenti grassi.

Distribuzione
Il colecalciferolo è presente nel circolo ematico in associazione a specifiche α-globuline che lo trasportano al fegato, dove viene idrossilato a 25-idrossi-colecalciferolo.
Il colecalciferolo non metabolizzato viene accumulato nei tessuti adiposi e muscolari per essere reso disponibile in funzione del fabbisogno dell'organismo: per questo motivo DIBASE può essere somministrato anche a cadenza settimanale o mensile. Nei soggetti obesi si riduce la biodisponibilità della vitamina D a causa dell'eccesso di tessuto adiposo.

Biotrasformazione
La vitamina D_3 è rapidamente metabolizzata per idrossilazione a 25-idrossivitamina D_3 nel fegato, e successivamente metabolizzata a 1,25-diidrossivitamina D_3, che rappresenta la forma biologicamente attiva, nei reni. Una ulteriore idrossilazione avviene prima dell'eleminazione. Una piccola percentuale di vitamina D_3 subisce glucuronidazione prima dell'eliminazione.

Eliminazione
La vitamina D_3 e i suoi metaboliti sono escreti attraverso le feci e le urine.

5.3 Dati preclinici di sicurezza
Gli studi preclinici condotti in varie specie animali dimostrano che gli effetti tossici si verificano nell'animale a dosi nettamente superiori a quelle previste per l'uso terapeutico nell'uomo.
Negli studi di tossicità a dosi ripetute, gli effetti più comunemente riscontrati sono stati: aumento della calcinuria, diminuzione della fosfaturia e della proteinuria.
A dosi elevate, è stata osservata ipercalcemia. In una condizione prolungata di ipercalcemia le alterazioni istologiche (calcificazione) più frequenti sono state a carico dei reni, cuore, aorta, testicoli, timo e mucosa intestinale.
Gli studi di tossicità riproduttiva hanno dimostrato che il colecalciferolo non ha effetti nocivi sulla fertilità e riproduzione. A dosi che sono equivalenti a quelle terapeutiche, il colecalciferolo non ha attività teratogena.
Il colecalciferolo non ha potenziale attività mutagena e carcinogena.

6. INFORMAZIONI FARMACEUTICHE

6.1 Elenco degli eccipienti
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide:
capsula e banda di sigillatura della capsula: gelatina, titanio biossido (E171);
contenuto della capsula: olio di oliva raffinato.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide:
capsula: gelatina, titanio biossido (E171);
banda di sigillatura della capsula: gelatina, titanio biossido (E171), ossido di ferro giallo (E172)
contenuto della capsula: olio di oliva raffinato.

6.2 Incompatibilità
Non pertinente.

6.3 Periodo di validità
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide: 2 anni
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide: 2 anni

6.4 Precauzioni particolari per la conservazione
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide
Conservare a temperatura inferiore a 30° C.
Non congelare.
Conservare nella confezione originale per proteggere il medicinale dalla luce.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide
Conservare a temperatura inferiore a 30° C.
Non congelare.
Conservare nella confezione originale per proteggere il medicinale dalla luce.

6.5 Natura e contenuto del contenitore
DIBASE 2.000 U.I. capsule rigide, 30 capsule:
astuccio di cartone litografato contenente il foglio illustrativo e 3 blister bianco opaco di PVC/PVDC/Al da 10 capsule ciascuno.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide, 4 capsule:
astuccio di cartone litografato contenente il foglio illustrativo e 1 blister bianco opaco di PVC/PVDC/Al da 4 capsule.
DIBASE 6.000 U.I. capsule rigide, 12 capsule:
astuccio di cartone litografato contenente il foglio illustrativo e 3 blister bianco opaco di PVC/PVDC/Al da 4 capsule ciascuno.

È possibile che non tutte le confezioni siano commercializzate.

6.6 Precauzioni particolari per lo smaltimento e la manipolazione
Nessuna istruzione particolare.
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
ABIOGEN PHARMA S.P.A. - Via Meucci, 36 - Ospedaletto - Pisa, Italia

8. NUMERI DELL'AUTORIZZAZIONE ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO
AIC 036635163 - "2.000 U.I. capsule rigide" - 30 capsule in blister Pvc/Pvdc-Al
AIC 036635175 - "6.000 U.I. capsule rigide" - 4 capsule in blister Pvc/Pvdc-Al
AIC 036635187 - "6.000 U.I. capsule rigide" - 12 capsule in blister Pvc/Pvdc-Al

9. DATA DELLA PRIMA AUTORIZZAZIONE/RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE
Data della prima autorizzazione: 09/10/2020

10. DATA DI REVISIONE DEL TESTO
07/2022

DIBASE 2.000 U.I. 30 capsule rigide 9,50 €
Classe C - RR

	Sistema Classificazione organo	Frequenza
Disturbi del sistema imunitario	ipersensibilità	Rara
Disturbi del metabolismo e della nutrizione	ipercalcemia, [secondaria a ipervitaminosi, che può manifestarsi solo in caso di sovradosaggio o in seguito ad un uso prolungato e incontrollato (vedere paragrafo 4.9)]	Non comune
	appetito ridotto, sete	Rara
	polidipsia	Non nota
Disturbi psichiatrici	sonnolenza, stato confusionale	Rara
Patologie del sistema nervoso	cefalea	Non nota
Patologie gastrointestinali	stipsi, flatulenza, dolore addominale, nausea, diarrea	Rara
	vomito, disgeusia, bocca secca	Non nota
Patologie della cute e del tessuto sottocutaneo	eruzione cutanea, prurito, orticaria	Rara
Patologie renali ed urinarie	nefrocalcinosi, poliuria, insufficienza renale	Non nota
	ipercalcinuria	Non comune
Patologie generali e condizioni relative alla sede di somministrazione	astenia	Rara

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
Un sovradosaggio acuto o cronico di vitamina D può causare ipercalcemia.
Interrompere l'assunzione di DIBASELAB quando la calcemia supera i 10,6 mg/dl (2,65 mmol/l) o se la calciuria supera 300 mg/24 h negli adulti o 4-6 mg/kg/die nei bambini. Il sovradosaggio si manifesta come ipercalcinuria e ipercalcemia, i cui sintomi sono i seguenti: nausea, vomito, sete, polidipsia, poliuria, costipazione, disidratazione.
Sovradosaggi cronici possono portare a calcificazione vascolare e degli organi, come risultato dell'ipercalcemia.
Sovradosaggio in gravidanza:
Il sovradosaggio di vitamina D deve essere evitato in gravidanza (vedere paragrafo 4.6).
Trattamento in caso di sovradosaggio
Interrompere l'assunzione di DIBASELAB e procedere alla reidratazione. È possibile somministrare diuretici dell'ansa (es. furosemide), se non controindicati, al fine di assicurare un'adeguata diuresi.

5. PROPRIETÀ FARMACOLOGICHE
5.1 Proprietà farmacodinamiche
Categoria farmacoterapeutica: vitamina D e analoghi, colecalciferolo.
Codice ATC: A11CC05
La vitamina D corregge una situazione carenziale della stessa e aumenta l'assorbimento intestinale di calcio, l'incorporazione del calcio nell'osteoide ed il rilascio di calcio dal tessuto osseo. A livello dell'intestino tenue promuove l'assorbimento del calcio e stimola il trasporto attivo e passivo del fosfato. Nel rene inibisce l'escrezione di calcio e fosfato, promuovendo il riassorbimento tubulare. Inibisce direttamente la produzione di paratormone (PTH), che viene ulteriormente ridotta dall'aumento della calcemia.
5.2 Proprietà farmacocinetiche
Come per le altre vitamine liposolubili, l'assorbimento del colecalciferolo a livello intestinale è favorito dalla concomitante assunzione di alimenti contenenti grassi.
Il colecalciferolo (vitamina D_3) è presente nel circolo ematico in associazione a specifiche α-globuline che lo trasportano al fegato, dove viene idrossilato a 25-idrossi-colecalciferolo (calcifediolo). Una seconda idrossilazione avviene nei reni, dove il 25-idrossi-colecalciferolo (calcifediolo) viene trasformato in 1,25-diidrossi-colecalciferolo (calcitriolo), che rappresenta il metabolita attivo della vitamina D responsabile degli effetti sul metabolismo fosfocalcico.
Il colecalciferolo non metabolizzato viene accumulato nei tessuti adiposi e muscolari per essere reso disponibile in funzione del fabbisogno dell'organismo. Tuttavia, con DIBASELAB è improbabile che si verifichi accumulo a causa del basso dosaggio.
Nei soggetti obesi si riduce la biodisponibilità del colecalciferolo (vitamina D_3) a causa dell'eccesso di tessuto adiposo.
La vitamina D viene eliminata attraverso le feci e le urine.
5.3 Dati preclinici di sicurezza
Gli studi preclinici condotti in varie specie animali dimostrano che gli effetti tossici si verificano nell'animale a dosi nettamente superiori a quelle previste per l'uso terapeutico nell'uomo.
Negli studi di tossicità a dosi ripetute, gli effetti più comunemente riscontrati sono stati: aumento della calcinuria, diminuzione della fosfaturia e della proteinuria.
A dosi elevate, è stata osservata ipercalcemia. In una condizione prolungata di ipercalcemia le alterazioni istologiche (calcificazione) più frequenti sono state a carico dei reni, cuore, aorta, testicoli, timo e mucosa intestinale.
Gli studi di tossicità riproduttiva hanno dimostrato che il colecalciferolo non ha effetti nocivi sulla fertilità e riproduzione. A dosi che sono equivalenti a quelle terapeutiche, il colecalciferolo non ha attività teratogena. Il colecalciferolo non ha potenziale attività mutagena e carcinogena.

6. INFORMAZIONI FARMACEUTICHE
6.1 Elenco degli eccipienti
Capsula: gelatina, titanio biossido (E171).
Banda di sigillatura della capsula: gelatina, titanio biossido (E171), ossido di ferro (E 172).
Contenuto della capsula: olio di oliva raffinato.
6.2 Incompatibilità
Non pertinente.
6.3 Periodo di validità
2 anni.
6.4 Precauzioni particolari per la conservazione
Non congelare.
Conservare nella confezione originale per proteggere il medicinale dalla luce.
6.5 Natura e contenuto del contenitore
Scatola di cartone litografato, contenente il foglio illustrativo e 3 blister di colore bianco opaco, di PVC-PVDC-Al da 10 capsule ciascuno.
6.6 Precauzioni particolari per lo smaltimento e la manipolazione
Nessuna istruzione particolare.
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
ABIOGEN PHARMA S.P.A. - Via Meucci, 36 - Ospedaletto - Pisa (Italia)

8. NUMERI DELL'AUTORIZZAZIONE ALL'IMMISSIONE IN COMMERCIO
045440017-1.000 U.I. capsula rigida, 30 capsule in blister PVC/PVDC-Al

9. DATA DELLA PRIMA AUTORIZZAZIONE/RINNOVO DELL'AUTORIZZAZIONE
Data della prima autorizzazione: 09/10/2020

10. DATA DI REVISIONE DEL TESTO
10/2020

DIBASELAB 1.000 U.I. 30 capsule rigide 7,00 €
Classe C - RR

Cosa ne dite di rendere la vostra farmacia più sostenibile con una linea di arredo in bamboo? Sui suoi scaffali modulabili, in vista dell'estate, potreste esporre i solari per proteggere la pelle tatuata e quella dei più piccoli, una linea di creme viso ultraidratanti e una di prodotti per contrastare le adiposità localizzate. E poi un detergente intimo formato viaggio

TH.KOHL
PHARMACY SOLUTIONS

UNA LINEA D'ARREDO PER FARMACIE INTERAMENTE SOSTENIBILE

Th.Kohl, importante *player* nel mondo della ristrutturazione e dell'*interior design* per la farmacia, all'ultima edizione di Cosmofarma ha presentato **Helix**, una nuova linea di arredo totalmente sostenibile, prodotta al 100 per cento in fibra di bamboo. Una novità che in realtà riconnette l'azienda con le sue radici più profonde: Th.Kohl, nacque infatti più di un secolo fa come falegnameria a Badia Calavena, in provincia di Verona, luogo ancora oggi circondato da boschi. Helix, il cui nome deriva da quello dell'edera, proprio come questa pianta si "arrampica" sulle pareti della farmacia dando vita ad allestimenti e intrecci sempre nuovi. Il bamboo è una pianta con un ciclo di vita unico nel suo genere, che cresce molto rapidamente, si riproduce attraverso rizomi e senza bisogno di coltivazioni intensive. Scegliendolo come materiale, quindi, si contribuisce a diminuire il disboscamento. Helix è solo il primo *step* del percorso di sostenibilità intrapreso da Th.Kohl: è infatti la prima componente di Habitus, una famiglia di linee d'arredo sostenibili che crescerà con il tempo, grazie al lavoro di ricerca e sviluppo avviato dall'azienda. Il prossimo obiettivo è quello di ottenere la certificazione FSC® (*Forest Stewardship Council*®) CQ-COC-000075, un riconoscimento importante che premia il percorso aziendale nella ricerca di nuove soluzioni in termini di sviluppo sostenibile.

www.thkohl.it

cantabria labs
DIFA COOPER

L'IMPORTANZA DELLA PROTEZIONE SOLARE NEI PIÙ PICCOLI

I bambini rappresentano la fascia della popolazione più vulnerabile ai danni causati dal sole, questo perché, soprattutto nel neonato, i sistemi di difesa non sono ancora perfettamente sviluppati. Se nel neonato l'esposizione al sole è sconsigliata, dopo il primo anno di vita diventa fondamentale proteggere i più piccoli con una formulazione solare rispettosa della loro pelle delicata e sensibile che offra alta protezione e tollerabilità, come quelli della linea pediatrica **Heliocare 360°**, di **Cantabria Labs Difa Cooper**. Grazie al brevetto Fernblock®, a base di *Polypodium leucotomos*, offre una copertura ad ampio spettro contro le radiazioni solari, aiutando a prevenire e a contrastare le scottature e riducendo gli effetti dannosi dell'esposizione al sole. In questo modo la linea pediatrica di Heliocare 360° contribuisce ad "allenare" letteralmente la pelle dei bambini a ricevere il sole al meglio attraverso un'esposizione progressiva e adeguata alla loro età e alla loro pelle.

cantabrialabsdifacooper.it

VIATRIS | Mylan

BENESSERE INTIMO PERSONALIZZATO E A PROVA D'ESTATE

Saugella, il *brand* di Mylan – A Viatris Company, che da oltre 40 anni si occupa di benessere intimo femminile, lancia la *limited edition* **"#BeYou"**, declinata in tre divertenti versioni, perfette da portare in viaggio e disponibili fino a fine agosto. "#BeYou" è composta da un flacone di Saugella Dermoliquido da 500 millilitri e da tre diverse *pochette* omaggio, dedicate a consumatrici forti, *chic* o romantiche. Da sempre vicina alle donne di tutte le età, Saugella si occupa di benessere intimo a 360 gradi, facendo proprio il concetto di "femminile singolare". Ogni donna è femminile singolare nella quotidianità come nell'intimità, ma anche nei diversi momenti della propria vita. Saugella sa bene che i bisogni e le esigenze possono essere diversi, per questo le *pochette* si rivolgono a chi ha bisogno di protezione, di *comfort* o di delicatezza e si distinguono tra loro non solo per colori e grafiche ma anche per il contenuto: una differente *minisize* di detergente intimo specifico, dei campioni di salviette intime e un assortimento di assorbenti. Immancabile *leitmotiv* di ogni confezione resta Saugella Dermoliquido, da 500 millilitri, detergente intimo con estratto di *Salvia officinalis*, che svolge un'azione rinfrescante, tonificante e anti-odore.

www.saugella.it

TATTOO INTATTI E BRILLANTI ANCHE SOTTO AL SOLE

Appurato che la protezione solare è sempre fondamentale per prevenire i danni causati dall'esposizione al sole, in presenza di tatuaggi si rivela ancor più indispensabile per preservarne colori e brillantezza. I raggi solari, infatti, possono causare cicatrici, far sbiadire il colore e rendere meno saturo l'inchiostro, in particolar modo in caso di *tattoo* molto recenti. Vengono in aiuto le protezioni solari specifiche e ad altissima schermatura, come **Bepanthenol Tattoo Crema Solare Protettiva SPF 50+** di Bayer, l'alleato ideale per la protezione della pelle tatuata. Idrata e protegge per mantenere vivi i colori del tatuaggio grazie all'ampio spettro di protezione dai raggi UVA e UVB e a ingredienti come il pantenolo, noto per supportare il naturale processo di rigenerazione della pelle e preservarne la bellezza. Bepanthenol Tattoo Crema Solare Protettiva SPF 50+ contiene filtri solari sia fisici sia chimici, si assorbe rapidamente senza lasciare aloni bianchi sulla pelle ed è particolarmente resistente all'acqua.

www.bayer.it

IDRATAZIONE SU MISURA PER LA PELLE DEL VISO

Come tutti sappiamo, con l'esposizione solare la pelle tende a diventare più secca, perdendo vitalità e lucentezza. Per questo **Nuxe** propone **Crème Fraîche de Beauté**, una gamma di prodotti che donano al viso un'idratazione intensa, con formule a base di latte vegetale e olio di mandorla dolce che avvolgono la pelle in una sensazione di freschezza e un inebriante profumo di fiori d'arancio. Tra i prodotti più innovativi della linea, che comprende quattro referenze specifiche per differenti tipi di pelle, dalla *texture* più ricca a quella più leggera, spicca la *Crème Fraîche de Beauté 3 in 1*: un solo prodotto, tre diversi utilizzi, tempo e spazio ottimizzati. A seconda della quantità di prodotto e del metodo di applicazione, può infatti essere utilizzato come crema idratante, latte detergente o maschera rimpolpante. Completano la *routine* di idratazione di *Crème Fraîche de Beauté*, la *Crema Rimpolpante Idratante 48h*, che dona alla pelle un duraturo *boost* di idratazione, la *Crema Ricca Idratante 48h*, un *soin* ricco e sontuoso che si fonde istantaneamente a contatto con la pelle e il *Fluido Opacizzante Idratante 48h*, leggero e appositamente studiato per opacizzare istantaneamente le pelli miste.

it.nuxe.com

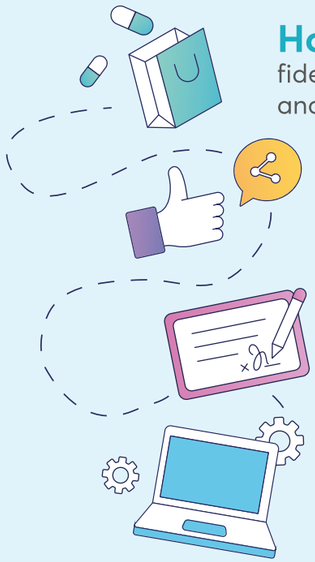
LA LOTTA ALLE ADIPOSITÀ LOCALIZZATE CONTINUA ANCHE D'ESTATE

La cura del corpo e la lotta alle adiposità non si limitano alla cosiddetta prova costume: per ottenere risultati servono costanza e prodotti mirati tutto l'anno. Per questo **Somatoline Skinexpert** lancia una *routine* rivitalizzante corpo per esfoliare la pelle e snellire la *silhouette* anche d'estate, in due *step*: uno *scrub* da utilizzare una volta alla settimana e due prodotti snellenti, uno a effetto caldo, l'altro a effetto fresco, da applicare quotidianamente, a seconda delle esigenze. *Scrub pink salt* è un trattamento esfoliante con formula salina bifasica ricca di antiossidanti composto al 100 per cento da ingredienti attivi di origine naturale, tra cui sale marino integrale e sale rosa dell'Himalaya per un'azione esfoliante e levigante. Lo *Snellente pancia e fianchi crema effetto caldo* è un nuovo trattamento snellente pensato per gli inestetismi caratteristici del periodo *post* gravidanza e menopausa che agisce su mancanza di elasticità, adiposità localizzate e rilassamento cutaneo, sfruttando il potere del calore sul grasso intra-adipocitario. Contiene ingredienti attivi, tra cui proteine del riso a effetto brucia-grassi, sale marino Integrale 10 per cento ed estratto di sorgo. Infine, *Snellente pancia e fianchi gel effetto fresco*, ispirato alla tecnica di crioterapia cosmetica, riduce la circonferenza di fianchi e girovita grazie alla sua capacità di congelare l'attività degli adipociti. Contiene il 90 per cento di ingredienti attivi di origine naturale, tra cui il mentolo, che attiva il meccanismo snellente crioattivo, le proteine del riso e l'alga rossa, con azione anti-stoccaggio.

www.somatolineskinexpert.com

Pharmap, il tuo partner digitale *per la farmacia del futuro*

Come digitalizziamo la tua farmacia



Home Delivery:
fidelizza i tuoi pazienti **consegnando i farmaci**, anche quelli prescrivibili, **direttamente a casa**

Social media marketing:
gestisci i social media della tua farmacia **affidandoti ad un team di consulenti esperti,** per rimanere sempre in contatto con i tuoi clienti

Raccolta del consenso informato:
tramite tablet e penna grafometrica per semplificare il processo di firma e archiviazione dei documenti in farmacia

Sito web della Farmacia:
coinvolgi i tuoi pazienti **utilizzando tutti gli strumenti digitali, come il sito web. Un canale online** per acquisire e attrarre nuovi clienti

Richiedi una consulenza gratuita

PHARMAP

Per i disturbi dello stomaco consiglia un prodotto **rapido e 100% naturale.**

100%
FORMULA NATURALE
BIODEGRADABILE

AZIONE RAPIDA

Consigli già NeoBianacid?
LA TUA ESPERIENZA È UN VALORE PER TUTTI.
Compila il questionario su esperienza.aboca.com

UN'UNICA SOLUZIONE PER IL TRATTAMENTO DI

- **REFLUSSO GASTROESOFAGEO**
- **ACIDITÀ, BRUCIORE E MAL DI STOMACO**
- **DIFFICOLTÀ DI DIGESTIONE**

UN MARKETING MIX UNICO PER UN COSTANTE SUPPORTO AL SELL OUT

Campagna pubblicitaria TV e WEB durante tutto l'anno

Informazione medica su Gastroenterologi, MMG, Otorini e DDN

- Attività di campionamento
- Materiali di visibilità per il punto vendita
- Formazione professionale

SONO DISPOSITIVI MEDICI CE 0373

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

Aboca