

LA FORMAZIONE DEL FARMACISTA

UNIVERSITÀ: UN NUOVO PIANO DI STUDI
PER UN FARMACISTA
SEMPRE PIÙ AL PASSO COI TEMPI

RESOCONTI:
corsi e convegni

Nella foto: Maurizio Pace, segretario della Federazione degli Ordini dei Farmacisti Italiani (FOFI);
a destra, il moderatore dell'incontro Maurizio Cini, vicepresidente di Utifar e professore ordinario di Tecnologia, Socioeconomia e Legislazione farmaceutiche
presso l'Università di Bologna

L'attenzione dei lavori si è incentrata sulla necessità di un piano di studi maggiormente adeguato alle reali esigenze della professione di farmacista. Secondo Antonio Gaudio, segretario generale di Cittadinanzattiva, un farmacista può incontrare nell'arco della sua giornata lavorativa, una moltitudine di consumatori con esigenze differenti e particolari. Questo rende necessario un percorso di studi che permetta allo studente di oggi, e farmacista di domani, di arrivare al suo primo giorno di lavoro già preparato sulle diverse situazioni che gli si potrebbero porre di fronte.

Franco Alhaique, professore di Farmacia e Medicina all'Università La Sapienza di Roma ha affrontato il tema della formazione del farmacista partendo dalle troppe differenze che intercorrono tra le diverse Facoltà di Farmacia presenti sul territorio italiano. Esiste poi una eccessiva attenzione nei confronti dello studio mnemonico, mentre sarebbe invece più utile fornire allo studente i metodi per ricercare, comprendere e applicare in maniera autonoma le informazioni, le tecnologie e le innovazioni utili per la professione.

Secondo Santi Mario Spampinato, professore ordinario di Farmacologia e Farmaco Terapia all'Università di Bologna, "In una farmacia che io definisco ricetta-centrica il farmacista si ritrova a ricoprire un ruolo sempre più passivo. Serve invece una graduale trasformazione dei corsi di laurea, inserendo insegnamenti più vicini e consoni alla professione".

Giuseppe Ronsisvalle, Presidente Conferenza dei Presidi delle Facoltà di Farmacia, è intervenuto sottolineando come i docenti di Medicina siano, in genere, tutti medici, mentre per Farmacia, la percentuale dei farmacisti in cattedra non raggiunge neanche il 50%. Questa tendenza peggiorerà con la riforma e renderà il dialogo tra le professioni ancor più complicato. Il problema della formazione universitaria deriva però, secondo Ronsisvalle, anche da un non corretto ruolo svolto dalla formazione scolastica che non insegna un metodo di studio alla maggior parte degli studenti, non prepara adeguatamente ad una vita sociale e non si preoccupa di formare cittadini che abbiano capacità di capire il loro ruolo. "L'università si trova ad avere una formazione che è di cinque anni sulla carta, ma dobbiamo considerare che il primo anno serve per recuperare le carenze scolastiche e l'ultimo è impegnato in altre attività come il tirocinio o la definizione della tesi di laurea. Queste difficoltà rendono impossibile la formazione di un farmacista completo in soli cinque anni". Per quanto riguarda i master, Ronsisvalle spiega che "sono decisivi perchè sostituiranno la formazione di secondo livello, o magistrale; quindi per le lauree non a ciclo unico, la formazione del master equivarrà alla laurea magistrale".

Daniele Mascia, professore di Organizzazione Aziendale dell'Università Cattolica del Sacro Cuore Roma, ha presentato il master proposto dalla sua università, che ha il merito di incentrarsi su quattro aree tematiche: la farmacia della salute, l'organizzazione e la gestione del core business di una farmacia, le strategie di valorizzazione delle risorse della farmacia e la crescita e lo sviluppo. "Noi proponiamo questo tipo di programma - ha spiegato Mascia - per mettere insieme competenze e background che un tempo agivano separate, ovvero competenze economiche con competenze di natura medica e scientifica. L'idea è quella di mettere insieme diverse competenze per sviluppare programmi di formazione innovativi".

Il convegno ha visto anche la presenza dei giovani. Lorenzo Manca, Direttore Editoriale della rivista Mercurio e membro dell'Associazione Italiana Studenti Farmacia, ha sottolineato la necessità di affrontare tematiche che abbiano a che fare con differenti aree tra le quali la relazione con il cliente, l'omeopatia e i farmaci innovativi, come quelli biotecnologici. "Quanto al tirocinio - ha concluso Manca - si richiede maggior coinvolgimento dell'ordine professionale alla formazione dello studente".

L'intervento di Davide Cappelletti, tesoriere Fenagifar, si è focalizzato sulla mancanza di attenzione, da parte della formazione italiana, nei confronti di settori come, per esempio, la veterinaria che rappresenta una realtà economica importante e in crescita. Stessa situazione esiste per l'omeopatia, la fitoterapia, gli integratori, le analisi cliniche, i presidi e l'informatica,

Ha chiuso l'incontro Maurizio Pace, segretario Fofi, secondo il quale ha ragione chi crede che il futuro della formazione del farmacista sia nella specializzazione, nella formazione di nuovi ruoli per il farmacista nell'industria, nella distribuzione, nelle aziende sanitarie e nella farmacia di comunità.

E' risultato dunque chiaro da questo incontro che la formazione del farmacista, così come siamo abituati a conoscerla, non sia più adatta al nuovo ruolo della farmacia stessa che deve iniziare ad essere considerata come una vera e propria impresa che necessita delle giuste conoscenze non solo legate al campo della farmacia, ma anche a quello dei farmaci alternativi, al marketing alla comunicazione.

"IMPOSSIBILE LA FORMAZIONE DI UN FARMACISTA COMPLETO IN SOLI CINQUE ANNI"

SOLIMÈ

Nel corso delle giornate Farmadays è emerso che il settore degli integratori è quello con più ampio margine di crescita. Dal vostro punto di vista quali potenzialità vedete per lo sviluppo del settore in farmacia?

Riteniamo che il primo passo verso lo sviluppo del settore "integratori" in farmacia, sia riconoscere che negli ultimi 40 anni, con il notevole incremento dei farmaci, ci si è allontanati parecchio dal concetto fitoterapico, abbandonando e dimenticando la cultura erboristica popolare che fino a quegli anni era stata quasi materia unica per il farmacista.

Oggi che il consumatore sta sempre più recuperando il concetto del naturale, per incrementare il settore e proporci al pubblico con prodotti erboristici, dobbiamo risanare il gap recuperando la filosofia del naturale. Per far ciò occorre impegnarsi nello studio e nella ricerca, credere in ciò che si propone, vendendo quindi la propria cultura e le proprie capacità.

Con questa filosofia, negli ultimi 35/40 anni sono nate in Italia aziende che si sono dedicate allo studio e alla realizzazione di prodotti capaci di soddisfare le esigenze delle persone.

La Solimè è una di queste aziende, che ha saputo fare della "filosofia del naturale" il proprio stile di vita, investendo in ricerca e tecnologie sempre più all'avanguardia e mai invasive, per offrire al pubblico una vasta gamma di prodotti: integratori alimentari, erboristici, apistici e dermocosmetici, capaci di soddisfare ogni richiesta. Il sito www.solime.it offre una visione completa dell'azienda.

Un importante contributo può arrivare da aziende come la nostra, pronta ad offrire 38 anni del proprio sapere, attraverso corsi di formazione gratuiti e consulenze continuative, nonché a mostrare tutti i processi produttivi: dalle coltivazioni proprie all'essiccazione dei vegetali con recupero dell'acqua biologica in essi contenuta, agli estratti concentrati a mezzo ultrasuoni in forma liquida, molle e secchi.

Perché la collaborazione sia proficua occorre creare all'interno della farmacia un corner dedicato, con personale specializzato dedito esclusivamente alla vendita del prodotto naturale.

La professionalità della Solimè si esplica anche attraverso una specifica distribuzione dei propri prodotti nei settori farmacia, parafarmacia ed erboristeria, a totale esclusione di altri canali come ad esempio la grande distribuzione.

Roberto Solimè



SPECCHIASOL

Negli ultimi anni il rapporto tra il farmacista e il mondo fitoterapico è notevolmente cambiato. Ci può dire come si è evoluto?

Il farmacista sta acquisendo ogni giorno sempre maggiore consapevolezza che la fitoterapia moderna non rappresenta assolutamente un intralcio o una sovrapposizione rispetto alla medicina allopatrica, anzi sta scoprendo che un'integrazione reciproca apporta importanti benefici per la salute dei clienti.

In sempre più numerosi disturbi di lieve entità si è giunti alla conclusione che spesso la chimica non è necessaria per risolvere il problema in quanto è sufficiente proporre un prodotto fitoterapico a specifica azione che può garantire risultati ottimali con scarsi o nulli effetti collaterali. La richiesta di prodotti fitoterapici è in forte incremento; questo nuovo atteggiamento del consumatore sta trasformando anche la sensibilità dei farmacisti nei confronti del reparto cosiddetto "green" e quindi sta aumentando la consapevolezza di dover avere all'interno del punto vendita un reparto ben organizzato, moderno, che risponda a tutte le esigenze dei clienti e ne soddisfi pienamente le richieste.

A tal proposito Specchiasol ha colto il richiamo delle farmacie che hanno compreso quanto sia importante tutto ciò, promuovendo un progetto esclusivo denominato "Estratti di Natura".

Questo progetto, in grado di fornire una corretta gestione manageriale del reparto, non vincola il farmacista ad una proposta selettiva ma gli permette di consigliare prodotti di propria scelta, a patto di creare una collaborazione speciale con Specchiasol.

A supporto del progetto vi è una serie di strumenti: crowner, reglette, schede consiglio, manuale dei prodotti, corso manageriale. In tal modo il farmacista potrà acquisire maggiori competenze specifiche per poter proporre i fitoterapici con estrema disinvoltura e dinamicità.

La fitoterapia è diventata uno stile di vita per molte persone che la stanno assimilando come percorso personale e culturale da cui non vogliono più prescindere.

Se si comprende questo, il futuro della farmacia sarà sempre più . . . verde.

Giuseppe Maria Ricchiuto

TH. KOHL - FRIEGON ITALIANA

In oltre 65 anni di attività la vostra azienda ha progettato ed attuato più di 10.000 farmacie. In che modo in questi ultimi anni si è evoluto il lay out di una farmacia?

Noi della Th.Kohl abbiamo seguito costantemente l'evoluzione del mercato della farmacia e spesso l'abbiamo guidata, ad esempio con l'introduzione delle cassette a colonna per la dispensazione del farmaco o, più recentemente, con l'adozione del progetto di layout commerciale come punto centrale dell'aumento della redditività.

Crediamo fermamente che il layout della farmacia debba soddisfare in maniera precisa a tre condizioni. La prima: il progetto distributivo del prodotto e dei flussi della clientela deve derivare da un'attenta analisi della redditività che la farmacia vuole raggiungere, settore per settore, progettando gli spazi e l'esposizione in modo adeguato.

La seconda: il layout, a nostro avviso, deve rispecchiare l'alto livello di professionalità del farmacista e del suo staff: deve allontanarsi cioè il più possibile dalle sirene effimere del self service, che è uno schema destinato a ridurre pericolosamente i margini economici e appiattire l'identità dell'impresa sugli standard della grande distribuzione, ed esaltare il progetto della relazione con il cliente, della consulenza e dell'offerta personalizzata dei servizi.

Terza condizione, infine: la farmacia deve trasmettere un'immagine estetica di grande bellezza, ed essere percepita come un ambiente architettonico armonioso, un luogo dove restare a lungo, in una shopping experience guidata dal giusto livello di comfort ambientale, dal buon design degli spazi e degli arredi, e da una presenza discreta ed elegante della comunicazione istituzionale e commerciale.

Renzo Pomari



UMDASCH SHOPFITTING

La vostra azienda è entrata solo negli ultimi tempi nella farmacia pur avendo un'eccezionale esperienza in ambiti di arredo negozi e punti vendita. Quali sono le differenze tra arredare una farmacia ed un negozio, diciamo così, generico?

Umdash a livello gruppo ha un'esperienza elevata nell'arredo per farmacie. Perciò anche se Umdasch Italia inizia nel 2012 la sua esperienza nel settore farmacie ha acquisito il know how dalla casa madre. Le differenze tra arredi per negozi e farmacie sono molte, tra le quali il layout, materiali utilizzati, esposizione merce in ripiani-cassettiere, zona retro cassa.

Francesco Minchio

UNISERVICE - CALENDARIO DELLA SALUTE

Nel corso degli ultimi 26 anni, tale è il periodo di tempo dalla prima edizione ad oggi, è cambiata molto la farmacia ed altrettanto è cambiato il paese. Il Calendario della Salute® è, per la farmacia, uno strumento di educazione alla salute semplice e diretto. Per l'educazione sanitaria, la prevenzione e l'educazione ai corretti stili di vita, la farmacia del territorio rimane un presidio insostituibile.

Per questo, anno dopo anno, l'operazione ha aggregato in questo progetto sempre più farmacie sul territorio, pur nella differenziazione, con la singola personalizzazione, delle proprie specificità. Contemporaneamente il cittadino, utente finale del contenuto educativo, ha incrementato molto la sua cultura in campo sanitario ed è diventato più informato, attento e competente. Il Calendario ha seguito questa evoluzione proponendo testi e contattando Società Scientifiche ed Autori, che collaborano all'elaborazione dei medesimi, sempre più qualificati.

Per questo siamo soddisfatti e orgogliosi dei complimenti che il Ministro della Salute, presente a Farmadays, ha rivolto al nostro prodotto, e li condividiamo con i nostri Patrocinanti: Fofi, Federfarma, Assofarm, Federfarma Servizi, Fenagifar, Utifar, Banco Farmaceutico.

Alessandro Maria Caccia

ZUCCARI

La grande novità presentata a Farmadays è stata la linea di alimenti funzionali. Ce ne vuole parlare brevemente?

L'alimentazione contemporanea è apparentemente ricca, ma spesso dietro il suo aspetto vivace si nasconde un carattere più povero. Aumenta la quantità, diminuisce la qualità. Questo accade a causa del nostro bisogno di consumare tutto velocemente: colture intensive, manipolazione genetica e lavorazioni industriali irrispettose hanno reso la nostra dieta quotidiana poco adatta a soddisfare le esigenze dell'organismo.

Aumenta la consapevolezza fra i consumatori, i quali riconoscono ad alcuni alimenti significative virtù benefiche: a questa esigenza, il mercato risponde con gli Alimenti Funzionali, cibi già naturalmente ricchi di particolari elementi preservati, talvolta addizionati con vitamine o attivi necessari a ritrovare e mantenere uno stato di benessere.

Ogni Functional Food ha una sua precisa funzionalità: Super Ananas drena, definisce e slimma con Bromelina bio-attiva; Super Arancia aiuta le difese dell'organismo grazie al contenuto di Vitamina C e 3 varietà di Echinacea; Super Acqua di Cocco è una bevanda isotonica che contribuisce a normalizzare il bilancio elettrolitico attraverso Magnesio, Potassio e Creatina; Super Caffè ha una funzione energizzante promossa da Ginseng e Guaranà; Super Tè contribuisce a rallentare l'invecchiamento per via dei Polifenoli antiossidanti. Oggi i Functional Food si trovano nella GDO, un canale che non ha la matrice valoriale idonea per trasmettere una nuova concezione di benessere, mentre la Farmacia sarebbe il canale ideale, ma qui manca la categoria di prodotto: ecco la ricetta del successo, la rotazione tipica degli alimenti da GDO con l'autorevolezza del farmacista.

Stefano Sala



ZUMA

Molte farmacie stanno rivalutando il ruolo del laboratorio. Quali riscontri avete in questo senso?

In questi mesi, in cui si è vissuto un cambiamento a dir poco epocale del ruolo della farmacia nel panorama sanitario nazionale, tra il sostanzioso incremento del numero di sedi farmaceutiche, la legittimazione di nuovi punti vendita del farmaco e i tagli, apparentemente scriteriati, ai margini sulla distribuzione dei farmaci, sono emerse, fra le altre almeno due necessità, tanto indiscutibili quanto improrogabili. La prima, di tipo economico, riguarda la concreta necessità dell'azienda farmacia di recuperare in altri ambiti la parte di guadagno "devoluto" a beneficio del SSN, con valutazioni imprenditoriali più mirate ad investimenti per lo sviluppo di settori finora meno considerati. La seconda, più corporativa, riguarda l'indispensabile rilancio della figura professionale del farmacista ed il manifesto riconoscimento, da parte del SSN, della centralità del suo ruolo professionale nel delicato rapporto tra i cittadini ed il SSN. In tale scenario, il Laboratorio Galenico, tenendo conto sia dei margini che può prospettivamente produrre che dell'assoluta professionalità che richiede per la sua gestione, risponde appieno a questa nuova realtà, che tanto il giovane e moderno farmacista quanto il più esperto e maturo collega, devono opportunamente saper cogliere e sviluppare. L'attuale tendenza delle nuove terapie farmacologiche, così come i diversi studi scientifici, è di essere sviluppate tenendo conto delle caratteristiche peculiari dell'individuo da trattare; quindi la soggettività della cura sta prendendo il posto della standardizzazione ed in questo contesto una preparazione personalizzata avrà molte più probabilità di essere efficace, sia in termini di aderenza terapeutica che di risultato conseguito. Questa sarà la strada vincente per un rilancio vero del professionista del farmaco a patto che svolga sempre la sua professione con l'etica deontologica che l'ha sempre distinto e con grande responsabilità, assicurando al cittadino un prodotto personalizzato di assoluta qualità, la stessa qualità che la nostra azienda assicura da oltre sessant'anni realizzando attrezzature d'avanguardia, a garanzia di un accurato e sicuro allestimento delle preparazioni galeniche.

Claudio Cemigliaro

