



di Flavia Bruno, Università di Milano

# Lo switch e le altre frecce avvelenate

di Alessandro Fornaro, giornalista e Alessandro Maria Caccia, segretario Utifar

Lo scorso 13 marzo, con la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale n. 60, del 13 marzo, è cambiato il regime di dispensazione per 521 confezioni farmaceutiche fino a quel momento classificate in fascia C. Per effetto di questo ulteriore delisting disposto da Aifa ai sensi della L.214/2011, molecole come la ranitidina, la diosmina e il lattulosio sono divenuti dispensabili al pubblico senza ricetta medica e si aggiungono ai medicinali già classificati dall'Aifa come Sop o come Otc, vendibili anche nelle parafarmacie e nei corner Gdo.

È solo l'ultima di una serie di frecce avvelenate che da quindici anni stanno colpendo la farmacia

La farmacia subisce una erosione costante e progressiva. Tra le cause, una serie di delisting, di switch e la riduzione dei prezzi dei farmaci. Un'analisi del passato ed uno sguardo al futuro

**F**ino all'inizio degli anni 2000, il canale privilegiato per la dispensazione al pubblico di qualsiasi tipologia di farmaco era da riscontrarsi unicamente nelle farmacie. Fino ad allora, infatti, la riserva di legge che prevedeva l'assistenza farmaceutica nella disponibilità del farmacista in farmacia (articolo 122, T.U. n.1265/1934) era rimasta indiscussa. Poi, piano piano, in poco più di una decina di anni, la situazione è mutata in modo radicale e, oggi, ci troviamo con una farmacia che non è quasi più unica dispensataria di nulla. Le terapie farmacologiche possono essere dispensate ai soggetti cronici da strutture ospedaliere che non limitano più il proprio ambito farmaceutico alle esigenze di chi è in degenza. I farmaci innovativi introdotti nel mercato in questi ultimi quindici anni non hanno mai visto le porte delle farmacie. I farmaci per l'automedicazione vengono venduti da altri canali che hanno come unico obbligo quello di avere un farmacista presente in sede. Gli integratori rappresentano un mercato interessante e, come tale, sono sempre più presenti nella grande distribuzione e in molti altri punti vendita. Stiamo assistendo ad una fuga generalizzata dalla farmacia. Innovativi a parte, sembra quasi che l'ambizione di tutte le altre tipologie di farmaci e di prodotti sia il delisting, ovvero una corsa al ribasso per essere classificati nella categoria inferiore. In termini più tecnici, si chiama switch. Le aziende dell'automedicazione invocano da tempo la declassificazione di molti prodotti in fascia C, nella speranza di potere contare su un numero maggiore di prodotti da commercializzare.



# NORMATIVE E FARMACIA

*lo switch e le altre frecce avvelenate*



Se ne parlava già prima dell'avvento delle parafarmacie, quindi in tempi non sospetti. Anni fa, prima che la Finlandia ed altri paesi mettessero al bando la nimesulide per i suoi presunti danni epatici, nel nostro paese c'era chi spingeva affinché se ne facesse un prodotto da banco. Essere declassificati a prodotto da banco conviene, in effetti, a chi commercializza. Si esce dalla competizione con i generici e gli equivalenti di altre aziende, si possono fare campagne pubblicitarie e, da qualche anno, si può pure essere venduti fuori dal canale farmacia. Allo stesso modo, i prodotti che potrebbero ambire ad essere classificati come farmaci da banco strizzano l'occhio ad altre forme di classificazione, meno soggette a restrizioni e controlli. Mano a mano che si scende nella scala delle tipologie di prodotti, la tendenza a guardare verso il basso anziché puntare a salire diviene sempre più marcata. La corsa al ribasso - nel senso classificatorio - interessa anche gli integratori, sempre più interessati a divenire semplici prodotti alimentari. Vitamine il cui sovradosaggio non è cosa di poco conto, accanto a prodotti fitoterapici anch'essi in grado di accumularsi in maniera pericolosa nel nostro corpo. Tutti tendono a scappare dal canale farmacia - e quindi dal farmacista - per dirigersi altrove. Ma come mai tutto ciò è accaduto? Una volta, essere presenti in farmacia non era un valore aggiunto al quale le aziende puntavano? E quali ripercussioni ha tutto questo sull'immagine e sui bilanci delle farmacie? Per rispondere, dobbiamo fare un passo indietro, e richiamare le normative che hanno aperto la strada a questo stato di cose.

## Il quadro normativo

La prima riforma colpevole della perdita di centralità fino ad allora riservata alle farmacie è stata introdotta dalla Legge 16 novembre 2001, n. 405 recante la convenzione in Legge del Decreto Legge 18 settembre 2001, n.347. Tale normativa ha inciso sulle modalità di erogazione dell'assistenza farmaceutica, concedendo alle Asl la distribuzione diretta e aprendo il rubinetto del "fuori canale".

La seconda riforma che ha aperto anche l'altra manopola del rubinetto è stata la Legge 4 agosto 2006, n. 248 recante la convenzione in legge del Decreto legge 4 luglio 2006, n.223, che ha concesso ad esercizi commerciali diversi dalla farmacia di vendere i senza ricetta. L'una e l'altra riforma hanno fatto venire meno la riserva del farmaco nella dispensabilità del farmacista unicamente in farmacia così come prevista dal già citato articolo 122, T.U. n. 1265/1934. Dopo circa settanta anni, i farmaci sono divenuti erogabili anche nelle strutture delle Aziende sanitarie locali (articolo 8, Legge n. 405/2001) e nei corner della Gdo (articolo 5, Legge n. 248/2006). Tali riforme hanno tradito non solo lo spirito della legge del '34 - la cui autorevolezza può essere "screditata" da un'autenticità di matrice fascista - ma anche la legge n.833/1978 che regolava il servizio farmaceutico partendo dalla grande intuizione di Moro, Andreotti e Berlinguer che hanno dato vita ad un Ssn universalistico invidiato da tutto il mondo. La farmacia di oggi non è più colei che, secondo le modalità previste dalla Convenzione farmaceutica nazionale (Legge n. 833/1978 e D.L.vo n. 502/1992) eroga ai cittadini i farmaci con ricetta per conto delle Asl e che dispensa, su concessione sanitaria, i medicinali non soggetti a prescrizione medica. La farmacia di oggi è alternativa a tutto ciò. È alternativa alle Asl per i farmaci cronici e alternativa ai supermercati e ad altri punti vendita per i farmaci senza ricetta e per la fitoterapia.

## Le vie per la sopravvivenza

La farmacia ha quindi subito, in questo ultimo quindicennio, gli effetti di una serie di contingenze differenti che ne hanno, di fatto, ridotto la centralità della sua consolidata funzione di canale preferenziale per la distribuzione di farmaci e prodotti salutistici. Politiche commerciali delle aziende atte a favorire lo switch dei prodotti a categorie sempre meno "impegnative" e maggiormente gestibili a livello promozionale; politiche liberiste della sinistra tese a favorire la libera concorrenza in nome del superamento di presunti privilegi; politiche bipartisan di contenimento dei costi sanitari pubblici che hanno visto nel taglio della spesa farmaceutica la via di più immediata attuazione: tutto ciò ha portato ad una perdita di centralità della farmacia rispetto alla tutela della salute del cittadino. E tutto ciò ha portato anche ad una grave emergenza nei bilanci di migliaia di farmacie ora alle prese con condizioni finanziarie molto delicate. Gli specchietti per le allodole non funzionano più e a nulla servono le paventate prospettive di riqualificazione professionale. Accanto alle frecce avvelenate che giungevano da più parti, questi ultimi quindici anni hanno visto vani progetti di coinvolgimento della farmacia dapprima attraverso la sostituibilità che avrebbe dovuto accompagnare un incompiuto sviluppo dei generici. Normative confuse e medici di traverso hanno tolto al farmacista la possibilità di un sistema di sostituibilità qualificante ed efficiente in termini di risparmio pubblico e l'avvento dei generici si è così trasformato in un decremento dei fatturati e in una crescita volumetrica dei magazzini delle farmacie. In seguito, le vane promesse di coinvolgimento delle farmacie nel Ssn tramite l'offerta di servizi sono anch'esse naufragate nel grande mare dell'incompiuto. La lezione che se ne deve cogliere è che le farmacie devono iniziare a scegliere, piuttosto che stare ferme ad aspettare di essere scelte. Rispetto ai prodotti non farmaceutici, devono selezionare le aziende ed i prodotti validi ed efficaci, sovvertendo un concetto chiave: non sono le campagne promozionali delle aziende a rendere grande un prodotto salutistico, ma è la sua reale qualità, valutata dal farmacista competente, che ne determina la fortuna o l'insuccesso commerciale.

Rispetto alla distribuzione dei farmaci, l'affidabilità della farmacia, unita alla professionalità e alle competenze del farmacista dovranno divenire, sia agli occhi del pubblico, sia delle autorità regionali competenti, così necessarie ed utili da essere al centro di ogni nuova pianificazione nelle procedure di distribuzione al pubblico dei medicinali.

Il modello sanitario di Berlinguer Andreotti e Moro, che prevedeva una tutela universalistica della salute con la farmacia deputata alla corretta erogazione di ogni medicinale, è purtroppo stato stravolto al punto tale che oggi viviamo un sistema sanitario confuso ma incentrato su di una strana bilancia che contrappone spese e contenimento delle spese in un'ottica non più universalista, ma utilitarista. La farmacia deve tirarsene fuori prima di affogare.

E può farlo solo con un nuovo impulso di professionalità, scelte e intraprendenza.





## BANCA DATI

Oltre 12.500 schede prodotto, espandibili a piacere, create e selezionate da farmacisti come te, appositamente per l'e-commerce.

## DESIGN

Creeremo per te un nuovo nome commerciale, un logo e progetteremo un sito di grande impatto, rispettando i tuoi gusti e le tue richieste.

## WEB

Pochi passi e sei già in Internet. Ora Migliorshop darà il meglio di sé grazie alle funzionalità di indicizzazione e di utilizzo dei social network.

## BACKOFFICE

Non ti resta che gestire le vendite da una piattaforma potente e di semplice uso, accessibile da ogni luogo e con ogni dispositivo.

# Migliorshop e-commerce farmacia

## Desideri iniziare a vendere subito?

Comincia bene, avvia la tua nuova attività con **Migliorshop**, la piattaforma e-commerce di maggior successo. Potrai beneficiare della nostra banca dati completa di schede prodotti e articoli divulgativi, di un grande design, dei migliori professionisti italiani del settore e di un prezzo tutto incluso.

## Hai già un e-commerce e sei insoddisfatto?

Prova Migliorshop e capirai che l'e-commerce funziona. L'iniziativa **Passa a Migliorshop** ti consente di ottenere forti sconti in funzione del tuo investimento e cominciare a vendere davvero. Non perdere la tua seconda opportunità. L'offerta è limitata nel tempo.

## Cerchi un partner che investa con te?

Con **Migliorshop Pay per use** basta un piccolo acconto e noi prepareremo per te un sito bello ed efficiente, completo di catalogo e articoli divulgativi. Per soli 24 mesi pagherai ogni mese una piccola royalty sull'ordinato. Dal terzo anno sarà come se avessi acquistato una formula tradizionale.

Migliorshop by Sfera Design  
Tel. 02 45.076.435  
[www.migliorshop.it](http://www.migliorshop.it)

**Migliorshop**<sup>®</sup>  
Il futuro della tua farmacia

# Al via la vendita dei farmaci on line

*Migliorshop è la piattaforma e-commerce ideale per essere pronti alle nuove opportunità offerte dalle vendite di medicinali senza prescrizione che presto prenderanno il via.*

## Perchè entrare in Internet

Passare da un bacino di poche migliaia di persone agli oltre 19 milioni di italiani che già acquistano on line è l'unico modo per ottenere un'economia di scala che consenta di creare redditività anche proponendo il proprio assortimento a prezzi scontati.

A questi possono essere aggiunti i 60 milioni di Italiani all'estero e tutto il resto del mondo. I numeri dimostrano che l'offerta italiana e-commerce è più immatura della domanda. E questo nonostante il settore rappresenti una percentuale elevata della spesa pro capite. Ciò è da imputare essenzialmente ad una carenza di operatori realmente professionali, ad un approccio spesso non corretto, a investimenti troppo limitati.

## Arrivano i farmaci on line

Il decreto legislativo 19 febbraio 2014, n. 17 in attuazione della direttiva 2011/62/UE è stato pubblicato sulla Gazzetta ufficiale n. 55 del 7 marzo 2014 ed è in vigore dall'8 marzo 2014. Il decreto consente, tra l'altro, la vendita on line dei farmaci senza prescrizione medica.

Occorre solo attendere che vengano completati due adempimenti da parte delle Regioni e dal Ministero della Salute. Quest'ultimo dovrà rendere disponibili sul proprio sito web tutte le informazioni rivolte ai cittadini in relazione ai rischi connessi all'acquisto illegale dei farmaci e l'elenco delle farmacie autorizzate. La vendita on line sarà consentita soltanto da parte delle farmacie e dalle parafarmacie che sono abilitate alla vendita dell'automedicazione dietro apposita autorizzazione.

Il sito web destinato alla vendita dei farmaci dovrà includere un collegamento ipertestuale alle pagine web sul sito del Ministero della Salute relative al commercio on line dei medicinali. Il logo comune identificherà la farmacia o la parafarmacia come regolarmente autorizzata al commercio on line di

medicinali, con un apposito collegamento ipertestuale all'elenco delle farmacie autorizzate predisposto dal Ministero della Salute. L'obiettivo della nuova normativa è innanzitutto quello di assicurare all'utente la migliore sicurezza nell'acquisto dei medicinali on line e la certezza che il sito web al quale è collegato è effettivamente riferito a un venditore autorizzato.

## Ultima chiamata

Inutile dire che siamo di fronte ad un'occasione unica dal punto di vista commerciale e che saranno favorite le farmacie e parafarmacie che saranno già on line al momento del via definitivo. Infatti, avere un buon pacchetto di clienti diffuso in tutto il territorio nazionale sarà un gran bel vantaggio. A questo si aggiunge il numero decisamente insufficiente di farmacie con una presenza on line professionale.

Tutti gli altri non potranno fare altro che assistere impotenti all'ennesima riduzione del fatturato causata anche dalla corsa agli acquisti on line a tutto vantaggio degli operatori che si saranno mossi per tempo.

## MigliorShop, la strada verso il successo

Ed è proprio sul fronte della crescita del fatturato che Sfera Design, innovativa azienda milanese, sfodera i suoi punti di forza. Il sistema MigliorShop e-commerce ed i suoi contenuti sono stati creati da esperti manager specializzati nella vendita a distanza che, con 20 anni di esperienza e-commerce, da 8 anni si occupano solo di farmacia. Per la sua realizzazione sono stati necessari anche grafici di altissimo livello, programmatori e farmacisti regolarmente iscritti all'albo per crearne i ricchi contenuti: dalla più ampia e completa banca dati italiana con curatissime schede prodotto multi-foto agli articoli divulgativi che spaziano su tutte le tematiche della farmacia. La consulenza e l'assistenza incluse non si limitano alle strette funzioni del programma, ma si estendono a tutte le attività grandi e piccole che vi porteranno al successo con le vendite on line: pubblicità, marketing, logistica, packaging, fidelizzazione del cliente e molto altro. La consulenza e l'assistenza sono costanti, senza limiti di tempo e sono già incluse nel canone annuale.

The screenshot shows the Farmaexpert website interface. At the top, there is a navigation menu with links for HOME, CONDIZIONI, CATEGORIE, MARCHE, OFFERTE, NOVITÀ, PROMOZIONI, I PIÙ SCONTATI, and CONTATTI. A search bar is located on the right. The main banner features a woman in a field holding a sunflower, with the text "I professionisti della natura" and "Salute, bellezza, benessere". Below the banner, there are several product offers:

- Vitality Linea Capital**: Sottile Crema Solare Secca SPF20 Istantanea. Scontabile € 14,97 -30%. ACQUISTA
- SupraLinea Make-Up**: Base Fondotinta Compatta Coprente. Scontabile € 14,99 -25%. ACQUISTA
- Contacto Linea Daily**: -€ 79 1499. Scontabile € 10,70 -14,4%. ACQUISTA

At the bottom, there are two large promotional banners for Eucerin and RILASTIL. The Eucerin banner offers "Sconti fino al 53%" and the RILASTIL banner offers "Sconti fino al 35%".