



Quante diligenze ci sono ancora?

DI LAURA BENFENATI

Non poteva essere più appropriato il titolo, “I temi scottanti sul tavolo farmaceutico”, del convegno organizzato dall’Associazione marketing farmaceutico (Aimf), che si è svolto due giorni dopo la chiusura del Tavolo sulla farmaceutica che tanta ansia sta provocando nei farmacisti. «Le industrie farmaceutiche non sono un bancomat», aveva detto a fine 2007 il pre-

sidente di Farmindustria, Sergio Dompé. E anche Nello Martini, quando era ai vertici dell’Aifa, aveva sottolineato che i conti della farmaceutica erano a posto e tra i vari settori della spesa pubblica quello era l’unico che nel 2007 avesse rispettato il tetto di spesa e non avrebbe dovuto quindi subire altri tagli. Siamo nel 2008, è cambiato il timoniere dell’Aifa e proseguono, da parte delle

istituzioni, le eccessive “attenzioni” alla filiera del farmaco, quando è invece la spesa ospedaliera quella che cresce a doppia cifra a fronte di una spesa farmaceutica in netta diminuzione.

«Non è facile sapere quale sarà il nostro futuro, quali saranno le regole del gioco. Sono stati tanti, finora, gli assalti che hanno impoverito il settore farmaceutico: quante diligenze ci sono ancora?»,



**“I temi scottanti sul tavolo del farmaceutico”:
profetico il titolo del convegno Aimf, che si è tenuto
due giorni dopo la chiusura del famigerato
Tavolo al Ministero in cui non sono mancati nuovi
attacchi agli esponenti della filiera, soprattutto
ai titolari di farmacia**

farmaceutica: è difficile sviluppare un comparto quando le regole non sono fisse. La sfida però non è degli uni contro gli altri: è il sistema nel suo complesso che deve vincere per tutelare la salute dei cittadini e lo sviluppo del comparto farmaceutico nel nostro Paese».

L'ASSALTO ALLA FARMACIA

Al convegno erano presenti tutti i rappresentanti della filiera del farmaco: aziende farmaceutiche e produttrici di generici, farmacisti, distribuzione intermedia, parafarmacie e Gdo. Quelli però che sono usciti più acciaccati dal Tavolo sulla farmaceutica sono stati i titolari di farmacia, che dovranno subire lo sconto aggiuntivo a favore del Servizio sanitario dell'1,4 per cento (a carico in realtà di tutta la filiera distributiva) per dodici mesi su tutti i medicinali rimborsabili Ssn.

«Più scottata di così», ha esordito un'amareggiata Annarosa Racca, presidente di Federfarma. «Non mi sono alzata da quel tavolo e sarebbe stato più facile farlo, ma ci abbiamo lasciato molto e non lo trovo giusto. La spesa farmaceutica convenzionata da due anni è in netto calo, mentre quella ospedaliera è in aumento così come anche la spesa per l'acquisto di beni e servizi da parte delle Asl. Non possiamo accettare ulteriori tagli: da questo tavolo deve partire una farma-

cia nuova, più forte, più integrata nel Servizio sanitario. La partita non finisce qui». La presidente di Federfarma ha poi aggiunto che ci si aspettava una più equa ripartizione dello sconto e una rinegoziazione del prezzo ma tutto questo non è avvenuto perché c'è stato un accordo totale tra Ministero, Aifa e Regioni. «Abbiamo però mantenuto la flessibilità dei margini e non è cosa da poco», ha concluso.

Anche nella distribuzione intermedia ci sono molte perplessità sull'accordo raggiunto: «Se c'è la volontà di sviluppare i generici nel nostro Paese, questa non è la strada giusta», ha spiegato Ornella Barra, Board member e Wholesale e commercial director di Alliance Boots. «Tutti abbiamo perso qualcosa a quel tavolo. L'intero comparto farmaceutico registra un rallentamento di crescita negli ultimi anni: nel 2008 si registra una crescita del 5 per cento contro il 6,50 del 2007 e addirittura il 10 per cento nel 2003».

Barra ha continuato spiegando che in Italia la crescita è più bassa rispetto a quella degli altri Paesi europei e a livello mondiale avanzano Russia, Cina e India. Il livello di penetrazione dei generici cresce in tutti i Paesi, ma nel nostro è a un livello inferiore rispetto a quello degli altri. In Olanda a luglio sono stati drasticamente ridotti i margini della filiera distributiva sui generici, in Portogallo i prezzi di questi farmaci sono stati ridotti del 30 per cento. La farmacia è sotto pressione in tutti i Paesi e sta subendo profonde mutazioni. «Qualunque sia il modello resta fondamentale il suo ruolo», ha aggiunto Barra, «anche se si diffondono nuove modalità distributive: a domicilio, in ospedale, distribuzione di dosi,

ha esordito Uberto De Grandi, segretario Aimf, dando il benvenuto agli ospiti. «Non siamo messi bene: questo comparto, che da sempre crea sviluppo, ha cominciato a registrare dal 2007 perdite di posti di lavoro. Tengono la produzione e la ricerca e sviluppo ma non altrettanto la rete esterna delle aziende e nel 2008 è improbabile che si registri la ripresa che auspichiamo. Dobbiamo affrontare nuove sfide come quelle emerse dall'ultimo Tavolo sulla



Da sinistra: Ornella Barra, Pietro Marino, Paola Arrighetti e Armando Mussini



via internet. Anche la distribuzione intermedia sta cambiando: da un modello esclusivamente logistico a un modello molto più complesso, marketing-commerciale, con il paziente sempre al centro e un ruolo fondamentale della farmacia. Nel 2012 vedo una crescita dei Paesi emergenti (Cina, Brasile, Russia) e una sofferenza del mercato europeo. Aumenteranno le cure specialistiche, avranno sempre più importanza i generici, ci sarà sempre più controllo della spesa, poca innovazione e molti cambiamenti normativi. E la farmacia dovrà subire profondi cambiamenti; basti pensare all'Inghilterra, dove il farmacista è anche prescrittore».

GLI ALTRI CANALI DISTRIBUTIVI

Se la farmacia dovrà subire parecchie mutazioni, proseguono però, e non solo sul fronte istituzionale, i tentativi di "snaturarne" ruolo e funzione. Non è un segreto che i titolari di parafarmacia (a meno che non siano anche titolari di farmacia) continuino ad ambire alla fascia C, così come certi esponenti della Gdo come le Coop. Per questi soggetti il Ddl Gasparri-Tomassini rappresenta una controriforma e nelle liberalizzazioni si deve invece andare avanti.

Pietro Marino, presidente dell'Associazione italiana parafarmacie (Anpi), ha chiesto maggiori opportunità per le parafarmacie e ha accennato alla proposta, contenuta nel Disegno di legge Lanutti, di farmacie non convenzionate, vecchio cavallo di battaglia del Movimento nazionale liberi farmacisti che non ha trovato finora alcun terreno fertile.

Del resto prima Otc e Sop, poi fascia C, poi le farmacie non convenzionate. E chi impedisce poi a queste di chiedere/prendere la Convenzione? Marino ha escluso questa possibilità, durante la nostra chiacchierata al coffee break, ma ci è un po' difficile credergli.

Quando questi nuovi "attori" del mercato parlano, sembra sempre un po' che il cittadino interessi davvero solo a loro, che senza di loro le sorti del servizio farmaceutico sarebbero nefaste. Non tengono minimamente conto che la farmacia, in tutte le indagini presso i cittadini, ottiene sempre livelli di consenso altissimo.

Paola Arrighetti, responsabile del progetto Coop Salute, ha parlato delle varie iniziative culturali e di comunicazione che vengono realizzate nei punti vendita all'interno della Gdo, in collaborazione con l'università; ha poi elencato i servizi gratuiti che vengono forniti al cittadino, il congelamento dei prezzi dei farmaci, i depliant informativi, la soddisfazione dei clienti soprattutto per il farmaco a marchio Coop. Ha però ammesso, alla fine del suo intervento, che questi corner proprio un grande business non sono: «Finora la sostenibilità economica dell'iniziativa è stata raggiunta grazie al parafarmaco, ma il nostro focus è sul farmaco e per favorire i consumatori abbiamo finora rinunciato ai nostri margini. Riteniamo che sia stato fatto soltanto un primo passo del processo di liberalizzazione: l'attuale perimetro normativo non consente ulteriori sviluppi. Il Ddl Gasparri-Tomassini è medioevale: il farmacista è richiesto dalla gente e non va eliminato dai corner. Noi non vogliamo soltanto le confezioni starter, non vogliamo soltanto essere distributori ma poter ampliare la nostra offerta».

Interessanti gli interventi del pubblico presente in sala, tra cui quello di un esponente di una cooperativa di Pisa (Cofapi) che ha chiesto a Marino qual è il posizionamento delle parafarmacie: se per i corner della Coop è infatti chiarissimo (consulenza, servizio, prezzi concorrenziali), non si capisce perché un consumatore dovrebbe rivolgersi a una parafarmacia invece che a una farmacia. E queste strutture che, ricordiamolo, non sono previste dal nostro ordinamento giuridico, danneggiano di fatto le farmacie, tolgono loro risorse, lasciando solo gli oneri, e sono aperte solo dove c'è un mercato, non in base alla pianificazione territoriale che regola le farmacie. Sono insomma una mina vagante sul servizio farmaceutico, altro che fascia C e non convenzionate.

Anche in questo convegno è insomma emerso che in un settore tartassato come l'intera filiera del farmaco, nell'occhio del ciclone più di tutti sono, ancora una volta, soprattutto le farmacie, che devono affrontare continui assalti alla diligenza provenienti da fronti diversi. E non sempre sono in grado di fronteggiarli.

Extrasconti, accordo al Tavolo

Si conclude, almeno per il momento, la questione extrasconti aperta l'estate scorsa da Enrico Rossi, assessore alla Salute della Toscana.

Accordo raggiunto al tavolo ministeriale con tutte le parti in causa: Aifa, aziende, distributori e farmacisti. Per gli equivalenti non branded è prevista una riduzione del 7 per cento sul prezzo al pubblico, mentre, per recuperare il danno subito dalla pratica degli extrasconti nel 2008, l'Ssn si gioverà, per dodici mesi, di un ulteriore 1,4 per cento di sconto da parte della distribuzione (ancora da stabilire la suddivisione all'interno della filiera) sul fatturato relativo ai farmaci di classe A, purché inseriti nelle liste di trasparenza stilate il 1° settembre scorso. Il protocollo prevede anche un aumento di otto punti percentuali della quota di spettanza della filiera distributiva del farmaco sui medicinali equivalenti unbranded, che passerebbe quindi dall'attuale 33,35 per cento al 41,35 per cento. Non certo entusiastico il commento di Giorgio Foresti, presidente di Assogenerici, che sottolinea il sacrificio dei produttori di generici (mentre all'industria branded per ora non è stato chiesto nulla); per il futuro qualche promessa di incentivare il settore ma nulla più. Non molto diversa la reazione di Annarosa Racca, presidente di Federfarma: la Federazione accetta il sacrificio e accoglie con sollievo la rassicurazione «che i provvedimenti messi in atto per recuperare risorse a favore del Ssn verranno applicati solo in quelle Regioni dove le farmacie vengono regolarmente pagate e non devono dunque fare i conti con crediti nei confronti dell'Ssn».

Giuseppe Tandoi