



Sono in molti a sostenere che l'Italia viaggia con circa un lustro di ritardo rispetto agli Usa. Affermazione supportata dal riverbero - lento ma ineludibile - di tendenze, mode, trasmissioni televisive, tecnologia. E allora perché non fare un viaggio nel futuro a scoprire prima del tempo come potrebbe essere la farmacia che verrà?

Sfuggiti per un pelo alla nube del vulcano islandese con un nome da far invidia a un codice fiscale, atterriamo alla porta di ingresso degli States, Boston. Ricordo ai pochi distratti che qui sbarcarono i Padri Pellegrini dalla Mayflower, qui iniziò la Rivoluzione Americana con il simbolico Tea Party, qui hanno sede sette/otto delle prime trenta più prestigiose università al mondo e qui ci è sembrato giusto venire per indagare il microcosmo della realtà farmaceutica.

Una breve introduzione sulla struttura organizzativa locale in campo farmaceutico parte dalla Nabp (*National association of boards of pharmacy*), quello che a spanne possiamo paragonare alla nostra Fofi; esiste poi, con buona approssimazione, l'equivalente dei nostri Ordini provinciali, il Bop (*Board of pharmacy*, appunto).

Il laureato, superato l'esame di Stato e quindi abilitato, può esercitare dove vuole, mediante una licenza rilasciata dallo Stato nel quale intende aprire la propria farmacia e che riconosca il titolo di studio e l'abilitazione se conseguiti altrove.

PARADISO DELL'IPERCONSUMO

Non esistendo una concessione, lo Stato non interviene, come da noi, per imporre i parametri del servizio pubblico e la farmacia deve rispettare solo un limite minimo di ore di apertura. Questo significa che, in pratica, tutte le farmacie sono aperte anche il sabato e la domenica e il servizio notturno non è regolamentato, ma è anch'esso lasciato all'iniziativa dei singoli.

Conseguenza immediata della totale deregulation e dell'impegno logistico che impone, è che solo l'1 per cento

Nu granne Paese

Un viaggio a Boston e dintorni alla scoperta della farmacia a stelle e strisce. Un sistema all'insegna della deregulation e del consumismo senza freni

DI MAURIZIO BISOZZI
E IGNAZIO PAGANO MARIANO
FARMACISTI



delle farmacie della città può essere gestito privatamente, il resto è appannaggio esclusivo di catene commercialmente ben strutturate e aggressive fino all'imbarazzo.

Si contano sulle dita delle mani le referenze che non godono di sconti e promozioni e su confezioni peraltro già sovradimensionate per contenuto e dosaggio. Insomma, un vero paradiso dell'iperconsumo.

La proprietà è quindi disgiunta dalla *licence* del professionista e le superfici commerciali delle cosiddette farmacie raramente scendono sotto i 200-300 metri quadri, di cui circa un

decimo dedicato alle prescrizioni, e il resto occupato dalle categorie merceologiche più disparate: dai quotidiani alle macchinette fotografiche, passando per bevande, integratori, articoli per animali, dolci e detersivi per pavimenti, biglietti di auguri, articoli da campeggio e via elencando fino al pollo fritto del Kentucky e agli asciugacapelli.

La responsabilità della gestione della parte commerciale è affidata a un direttore separato e distinto dal farmacista che opera nella zona "*prescriptions*" e, sotto la sorveglianza di detto direttore, si trova in libera vendita tut-

to l'armamentario farmaceutico che il nostro legislatore ha raccolto nelle categorie Otc e Sop, incluso l'Orlistat recente motivo di attenzione mediatica in Italia, ma anche confezioni di omeprazolo da 20mg, ranitidina da 150 mg e tanto altro. Uno scenario dipinto o forse solo richiamato dal ministro Fazio al recente convegno romano sulla farmacia dei servizi.

BUSINESS, MICA CHIACCHIERE

A proposito di questi ultimi, malgrado il termine abbia visto qui i natali, *service provider* è quanto di più alieno si possa immaginare dalla farmacia statunitense, qui si fa business, mica chiacchiere. Malgrado la grande disponibilità di spazio e capitale, non esiste alcun collegamento diretto o indiretto con medici o altro personale sanitario e tanto meno con gli ospedali, qui i limiti di ciascuna professione sono gelosamente difesi e il legislatore punisce con estrema severità qualunque forma di collaborazione interdisciplinare, a rafforzare il concetto che il liberismo commerciale non può prescindere da solide e rigide normative a tenere ben separati ruoli e competenze.

La legge consente al medico - in caso di necessità - di inviare una prescrizione via fax direttamente alla farmacia, ma il contatto fra i professionisti termina qui.

Unica eccezione è il farmacista ospedaliero, che opera gomito a gomito con il medico in una realtà dove l'assenza di interesse personale ed economico mette al riparo il paziente da accordi che non siano quelli sulla migliore terapia da somministrare.

Il robusto pragmatismo americano è poco incline a sfumature o acrobazie raffinate come quelle cui siamo abituati a casa nostra, qui ognuno ri-



sponde nel bene e nel male di quello che fa e se un ospedale accumula deficit è la testa del manager che salta e non si cerca di scaricare la spesa o le inefficienze su altre realtà territoriali.

Ma torniamo al nostro collega *of chain o independent* che sia, e alle competenze del suo corner. Queste riguardano esclusivamente l'oggetto della sua preparazione professionale, il farmacista risponde solo ed esclusivamente della parte "etica", dispensando confezioni industriali quando le medesime corrispondano a precisi protocolli terapeutici, o

preparando l'esatto numero di dosi indicato nella prescrizione del medico qualora la patologia del paziente si configuri come cronica o nel caso in cui il medico voglia inizialmente solo saggiare la risposta terapeutica alla somministrazione del farmaco. La vigilanza sull'espletamento della professione è di competenza del Bop di cui si parlava prima, senza coinvolgimento della parte pubblica; da notare come non esistano tabelle a imporre la detenzione di alcun principio attivo, almeno nel Massachusetts.

Accade quindi che non poche far-

macie, per motivi di sicurezza e come dissuasione dalle rapine, siano sprovviste degli analgesici oppiacei, potenzialmente utilizzabili per usi voluttuari.

Non esiste un onorario professionale, come non esistono prezzi fissi; il farmacista applica un ricarico variabile dal 30 al 50 per cento sui prezzi di acquisto ed è quasi la norma offrire un preventivo di spesa al cliente con la ricetta in mano. Come non esiste un vero e proprio servizio sanitario pubblico, anche se sono in piedi alcune forme di assistenza per la fascia povera della popolazione (*Medicaid*).

È IL MERCATO, BABY

La parte del leone viene fatta dalle assicurazioni private che stipulano convenzioni sia con il medico, sia con la farmacia. Nel caso ci si rivolga a una farmacia convenzionata con la propria compagnia, il prezzo di rimborso del farmaco sarà stato a suo tempo oggetto di contrattazione e accordo fra le parti. I colleghi qui nel New England si lamentano che più di un accordo si deve parlare di imposizione: prendere o lasciare, e l'importanza della compagnia è inversamente proporzionale al prezzo di rimborso del farmaco.

La tentazione è quella di rubare le parole di Oliver Stone e mormorare: «*È il mercato, baby*»; ma ci mordia la lingua, in fondo anche da noi il prezzo di rimborso del farmaco lo decide il maggiore cliente, lo Stato.

I prezzi dei farmaci da prescrizione - anche di quelli oggetto di convenzione - sono nettamente più alti di quelli italiani, frutto forse della martellante pubblicità che insegue il bostoniano dalla Tv e dalle pagine dei periodici, sollecitandolo a consultare il proprio medico sull'opportunità e sui vantaggi di avere prescritto un Cialis o un Lipitor.

Alcuni farmacisti operano, in maniera del tutto legale, nelle farmacie on line. Non devono sopportare pesanti oneri di gestione, non hanno praticamente magazzino e questo consente loro di spaccare il mercato



con ricarichi sul farmaco decisamente più contenuti. L'obbligo di indicare nel sito della farmacia virtuale il numero di iscrizione al *Board of pharmacy* garantisce il paziente e diventa per il professionista una assunzione di responsabilità.

PROVINCIA A MISURA D'UOMO

Acquistata - in farmacia ovviamente - una mappa stradale, andiamo a vedere come vanno le cose nelle aree extraurbane.

Se Boston può essere considerata la faccia sofisticata e curata degli Usa, le foreste e le scogliere del Maine e del New Hampshire ne sono scheletro e muscoli. Questa costa era la prima immagine de *La Merica* ad

apparire agli occhi dei nostri nonni, inseguiti dalla fame e attirati dalla speranza di un futuro dignitoso. E rivolte verso la lontana terra di nascita, le lapidi sulle colline subito fuori i villaggi di questa sponda frastagliata dell'oceano, portano inciso il nome e il ricordo dei Polizzia, Catalini, Aiello e di tanti altri disperati pronti a buttare sudore e sangue per fare di queste terre selvagge un grande Paese.

Il tessuto connettivo degli States è formato dalle realtà rurali, agglomerati che variano dalle dimensioni della cittadina alla manciata di case sparse lungo una *highway*. La tipologia delle farmacie cambia leggermente: gli *independent* recuperano posizioni alle catene e le necessità del posto allargano il ventaglio merceologico fino a includere tagliaerba a motore e canne da pesca.

Esattamente come da noi, in Provin-

cia i ritmi rallentano ed emerge con maggiore nitidezza la predisposizione dell'americano al rapporto umano e all'accoglienza; qui *you're welcome* viene ribadito dal cameriere a ogni bicchiere d'acqua servito a tavola. E nelle farmacie diminuiscono le promozioni commerciali che spadroneggiavano in città, a vantaggio di iniziative culturali o solidaristiche patrocinate dal farmacista del luogo. La farmacia volta - in parte, intendiamoci - le spalle all'altare del dio denaro per tessere la trama delle relazioni sociali sull'ordito dei bisogni locali. Il volo Az di rientro è già aver rimesso un piede a casa, nelle orecchie le parole di commiato del dottor Iovino, farmacista dalle innegabili radici campane e ultimo testimone a chiudere la nostra breve ricerca: «*Paisà, chisto è nu granne Paese, ma la festa chiù bella pe' me è quando da un mio compare mi arriva 'a mozzarella da casa*».

Esattamente come da noi, in Provin-