

NOVITÀ

BIORITMON

C

**PER SUPPORTARE LE TUE
DIFESE OGNI GIORNO**

Granulato Effervescente 1000 mg
ALTO DOSAGGIO

Comprese Masticabili 500 mg
ADATTE A TUTTA LA FAMIGLIA



GUSTO  **ARANCIA**

Scopri la linea Bioritmon al sito
www.bioritmon.it



BIORITMON

UNA LINEA DI INTEGRATORI CON COMPONENTI STUDIATI SCIENTIFICAMENTE



ENERGIA



SISTEMA IMMUNITARIO



NOVITÀ



BENESSERE DELLE VIE URINARIE



n. 67 - 5/2024



FARMA



iFARMA EDITORE Periodico mensile - Anno VIII numero 67 - Reg. Trib. Milano n. 107 del 14 marzo 2017 - Editore: Farma Editore s.r.l., via Boscovich, 61, 20124 Milano

CONVEGNI

*Prove di dialogo
con l'industria*

INNOVAZIONE

*Analisi di mercato: l'AI è
meglio di un sondaggio?*

DALLE REGIONI

*Puglia, servizi
di qualità*

ILARIA CAPUA

*La salute
è un sistema complesso*



Caring Innovation



Scopri

VITAMINA B12 IBSA

con **TECNOLOGIA
INNOVATIVA**



La **VITAMINA B12** contribuisce:

- alla riduzione di **STANCHEZZA** e **AFFATICAMENTO**
- al normale **METABOLISMO ENERGETICO**
- alla normale **FUNZIONE PSICOLOGICA**



www.vitaminab12ibsa.it

Gusto lampone 

Tenere fuori dalla portata dei bambini. Non superare la dose giornaliera consigliata.
Gli integratori non vanno intesi come sostituti di una dieta varia, equilibrata e di uno stile di vita sano.

SOMMARIO

3. EDITORIALE

Farmacisti volontari:
armonia e cura

4. COPERTINA

La salute è un sistema complesso

Scenari

10. INDAGINI

Generation Next:
la farmacia del futuro
13. Sanità, italiani sempre
più scontenti

16. CONVEGNI

Prove di dialogo
tra industria e farmacia

20. INNOVAZIONE

Analisi di mercato: l'AI è meglio
di un sondaggio?

22. FILIERA

Distribuzione tra sfide
e opportunità

24. PROFESSIONE

Il paziente a metà

26. DALLE REGIONI

Puglia, servizi di qualità

28. AZIENDE

La medicina della salute

34. DALLA RICERCA

Novità in ambito prevenzione
primaria cardiovascolare

40. MIXER

Rubriche

44. TEMPO LIBERO

46. PRODOTTI

48. LIBRI



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)

UFFICIO GRAFICO

Floriana di Maio

REDAZIONE

Elena Peverata

REDAZIONE WEB

Floriana di Maio, Elena Peverata

HANNO SCRITTO SU QUESTO NUMERO

Aldo Luca Albertoni, Ester Brando, Carlo
Buonamico, Claudio Buono, Rossella Gemma,
Giovanni Giamminola, Chiara Zaccarelli

IMMAGINI

Cristiana Casotti, Edoardo Sardano,
archivio iFarma Editore, Dreamstime, Freepik

IMMAGINE DI COPERTINA

Isabella Balena

ADVERTISING

Giancarlo Confalonieri

(giancarlo.confalonieri@ifarma.net)

Luana De Stefano

(luana.destefano@ifarma.net)

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 sviste 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.

REFILL YOUR SKIN

SCOPRI TUTTE LE CREME LIERAC
IN FORMATO RICARICABILE



LIERAC

IL LINGUAGGIO DELLA PELLE

In farmacia, parafarmacia e su lierac.com
Per maggiori informazioni contatta Laboratoire Native Italia

Farmacisti volontari: armonia e Cura



Laura Benfenati
direttore

Luca che va ogni settimana a Roma all'ambulatorio presso il Colonnato di San Pietro a dispensare farmaci, Alessandra che ha fondato la sezione romana ma ci sono pochi colleghi che hanno tempo da dedicare al volontariato. Marika che è a Catania e anche lì ci si prodiga in mille attività di formazione, divulgazione, assistenza ai più fragili. Giorgio che ha un cuore grande così e quel gigante buono che è Paolo, sempre pronto a partire da Verona per le zone colpite da emergenza.

Prima che una squadra, l'Associazione nazionale farmacisti volontari per la Protezione civile è una grande famiglia di uomini e donne speciali guidati da Enrica Bianchi, che è di Cuneo, da dove tutto è partito.

Nel 2009, infatti, un gruppo di farmacisti piemontesi si precipitò nelle zone del terremoto in Abruzzo con un camper allestito a farmacia, che fu provvidenziale per dare un sostegno alla popolazione locale e aiutare i colleghi con farmacie inagibili. Quei momenti sono stati ben documentati, all'VIII Congresso dei Farmacisti volontari a L'Aquila, in uno splendido video di Francesco Paolucci, giornalista e videomaker abruzzese.

Il grande lavoro di stoccaggio, catalogazione, dispensazione, collaborazione con gli altri operatori sanitari che travolse i farmacisti diede l'idea alla Fofi di strutturare l'associazione, che oggi conta 500 iscritti e 13 sezioni. Con la loro colonia mobile costituita da 7 camper e 3 pick up, i colleghi volontari sono stati nelle zone dell'alluvione in Liguria, in quelle dei terremoti in Emilia Romagna e in Centro Italia e a Zafferana Etnea.

Federico Federighi, della Divisione Soccorso sanitario della Protezione Civile, li ha ringraziati per quanto hanno fatto nelle molte emergenze in cui hanno dato il loro contributo: «Ogni volta voi c'eravate e vi siete distinti per la generosa disponibilità e per l'alta professionalità, risolvendo situazioni difficilissime. Il sistema vi deve molto, possiamo contare su persone che portano sé e il loro saper fare nelle situazioni più critiche».

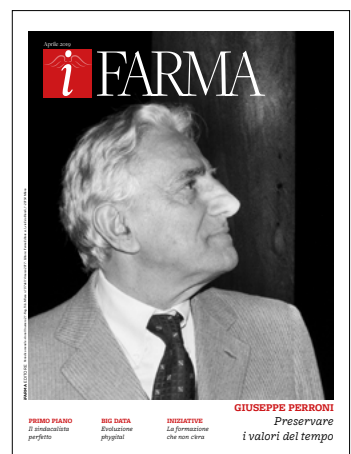
*«Il sistema vi deve molto,
possiamo contare su persone
che portano sé e il loro
saper fare nelle situazioni
più critiche»*

Il gruppo non è operativo soltanto nelle emergenze ma anche in un'attività quotidiana di supporto ai più fragili nelle farmacie sociali in alcune zone d'Italia, i volontari collaborano con il Banco farmaceutico, si dedicano a lezioni di divulgazione scientifica nelle scuole, a corsi di etica, ad attività con i dipartimenti di Protezione civile regionale. E ancora, partecipano a manifestazioni, organizzano corsi sicurezza, assistenza migranti, collaborazioni con gli ospedali per attività di ricognizione farmacologica e sono diventati anche

formatori in alcune aree per l'alternanza scuola-lavoro. E proprio a Cuneo si terrà l'anno prossimo il congresso dell'associazione, alla quale non resta che dire un grande "grazie" per quanto sta facendo e per lo spirito che la anima. Ci auguriamo che molti giovani colleghi siiscrivano e diventino volontari perché, come ha detto Papa Francesco qualche anno fa ai farmacisti, "la farmacia è armonia e cura" e a L'Aquila si percepivano con forza l'armonia di un gruppo coeso e ben organizzato e la cura nelle tante attività a cui si dedica con passione.

Quando la rivista sta per andare in stampa apprendiamo, con immensa tristezza, della perdita di Giuseppe Perroni, per tutti Peppino, il presidente del Nobile Collegio Chimico Farmaceutico di Roma, un amico coltissimo, appassionato, un uomo buono. Era stato a lungo vicepresidente di Federfarma Roma e tesoriere di Federfarma Lazio ma era al Nobile Collegio che aveva trovato la sua casa professionale, che curava con grandissima passione incantando, con i suoi racconti e le sue poesie, chiunque lo andasse a trovare.

Tutta iFarma, che qualche anno fa gli aveva dedicato una bella intervista di copertina, si stringe alla famiglia di Peppino, ricordandolo con grande affetto. ■



COPERTINA



La salute è un sistema complesso

Acqua, aria, terra e fuoco. Ma anche big data e intelligenza artificiale, coraggio, lungimiranza, determinazione. Sono le parole della "salute circolare", il concetto che attualizza quello di "One health" messo a punto da Ilaria Capua, professor e senior fellow for Global health presso la Johns Hopkins University SAIS Europe, che dopo averlo descritto in un libro oggi lo porta in teatro sui palcoscenici italiani. E ai farmacisti dice: «Dovete essere comunicatori della salute per favorire un impegno dei cittadini. Perché le decisioni possono essere calate dall'alto, ma senza i cittadini non si va da nessuna parte»

di Carlo Buonamico

Professoressa Capua, scorrendo le fonti web che la riguardano, pare di comprendere che, oltre a essere una scienziata, lei apprezzi anche la filosofia. In effetti molti filosofi dall'antichità ai giorni nostri hanno cercato nella scienza gli strumenti per tentare di rispondere ai quesiti di natura esistenziale. A lei piace Eraclito, tanto che apre il suo sito con la massima "Nulla è permanente tranne il cambiamento". È un altro modo per dire "Panta rei - Tutto scorre"? È un concetto che vale anche nelle scienze e, più in particolare, nella salute?

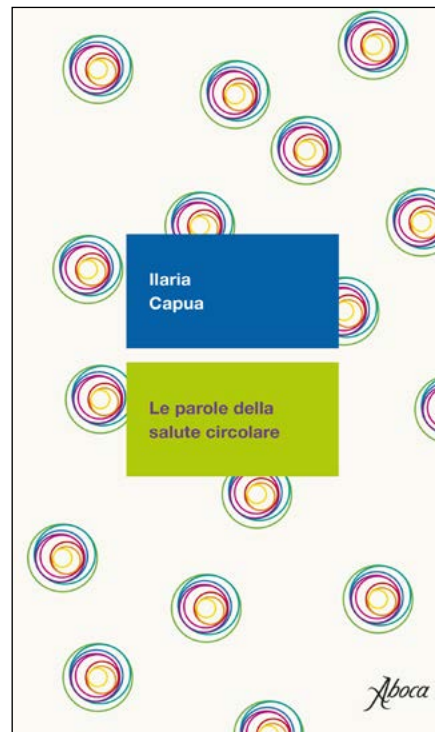
La massima di Eraclito è lì perché ispirata ai virus influenzali, che cambiano in continuazione. Questo cambiamento si estende alle nostre professioni e a quanto accade intorno a noi. Che siamo in perenne cambiamento, da ragazzi ad adulti, alla senilità, anche a livello

professionale. Io stessa ho iniziato come virologa, sono laureata in Medicina veterinaria, sono stata anche parlamentare e poi mi sono trasferita negli Usa. Credo che se più persone accettassero questa massima ci sarebbero probabilmente meno rigidità a livello sociale e professionale. In altri termini dobbiamo essere aperti al cambiamento.

È forse Eraclito che l'ha ispirata per formulare il concetto di "salute circolare"? Ci spiega in modo semplice di che si tratta e se differisce da quello che è noto come "One health"?

Anche il concetto di "One health" è cambiato nel tempo. Rappresentato da un diagramma di tre cerchi che si sovrappongono in un'area centrale, è stato sviluppato negli Anni 60. Già prima della pandemia mi ero posta il problema se questa concezione fosse ancora contemporanea e sufficientemente

articolata per l'epoca in cui viviamo. Ho ritenuto che andasse ampliata in termini di area interconnessione tra salute, uomo-animale e ambiente. In più, l'idea di salute circolare include e riconosce l'importanza per la salute anche di discipline non biomediche, come la comunicazione. A titolo di esempio, pensiamo alle conseguenze dannose che possono esserci state per la salute mondiale a seguito delle dichiarazioni di Donald Trump e Boris Johnson. Il secondo tratto che distingue "salute circolare" da "One health" è che la prima vede come strumento di implementazione i 17 obiettivi di sostenibilità delle Nazioni Unite, che ci accompagneranno fino al 2030 e sono perseguiti da tutti i Paesi, partendo dai governi centrali e giù fino a ciascuna provincia e Comune. Questa unione di intenti e strumenti credo possa aiutarci ad arrivare a un punto in cui ci sono più



forze che convergono verso l'obiettivo salute, piuttosto che isole che non permettono i progressi di cui abbiamo bisogno.

Il concetto di salute circolare parrebbe simile anche a quello dell'“effetto farfalla” che, in sintesi, sostiene che un'azione tanto piccola come il battito d'ali di una farfalla può provocare un uragano dall'altra parte del mondo. In altri termini, sono le abitudini quotidiane di ognuno di noi che possono determinare grandi cambiamenti nel tempo. Esiste questa somiglianza? O sono due filosofie più differenti di quanto appaia?

La pandemia ci ha fatto capire che da un pipistrello delle foreste cinesi può arrivare un virus fin dentro alle case italiane e di tutto il mondo. Lo stesso fu per il virus dell'Hiv, che dalle scimmie arrivò all'uomo con le conseguenze che abbiamo visto negli Anni 80 e 90 e con le quali conviviamo ancora oggi. Possiamo poi

ricordare l'influenza suina, che velocemente si è spostata da un continente all'altro, o il virus Mpox, erroneamente detto vaiolo delle scimmie. I meccanismi della globalizzazione sono importantissimi per la salute di oggi e di domani. L'effetto farfalla fa parte di questo ragionamento; più semplice da capire, però, è il fatto che, come dicevano gli antichi, la nostra salute dipende dall'interazione tra acqua, aria, terra e fuoco. Se l'acqua che beviamo è piena di microplastiche avremo conseguenze sulla salute... Oggi, essendo noi sopravvissuti all'evento più osservato e misurato della storia – la pandemia da Sars-CoV-2– abbiamo il dovere di imparare la lezione e di vedere la salute secondo un approccio sistemico.

Per parlare di salute circolare occorrono termini precisi, che non diano adito a fraintendimenti. Quali sono queste parole?

Oltre ad acqua, aria, terra e fuoco ricordo

big data e intelligenza artificiale. Ci sono anche termini come coraggio, lungimiranza, determinazione. Dobbiamo avere a cuore la nostra salute, consapevoli che è affetta da un vizio di fondo e cioè che ci si accorge di lei solo quando l'abbiamo persa. Salute circolare vuole portare con sé anche la parola “prevenzione”, che è ricca di significato.

È chiaro che non avere una malattia è meglio che averla. Dovremmo essere arrivati a capirlo.

Proprio *Le parole della salute circolare* è il titolo di un suo libro (Aboca Edizioni) e anche dello spettacolo teatrale prodotto da Aboca, che la vede in tour dallo scorso anno in alcuni teatri italiani insieme a diversi artisti. Cuore dello show è il racconto delle donne e degli uomini che hanno cambiato la scienza.

Di chi parla in teatro e perché è così importante far conoscere le loro storie?

Parlo di personaggi visionari. Per esempio, di Antoni van Leeuwenhoek, inventore del

microscopio: un commerciante di tessuti che voleva capire il perché delle caratteristiche tecnologiche dei tessuti e che, con l'ausilio di lenti, mise a fuoco dettagli che rivelarono che l'ordito e la trama contenevano insetti, sabbia, capelli. Non essendo uno scienziato, come spesso accade, nessuno gli volle credere. Poi parlo di John Snow, un medico inglese che, alle prese con l'epidemia di colera, ebbe la mente così aperta da capire che non si trasmetteva per via aerea attraverso i miasmi, ma attraverso acqua contaminata dal batterio. Il messaggio che voglio trasmettere è che la comunità scientifica, il mondo dei decisori e quello della società civile devono tenere a mente che ci sono mondi ancora da esplorare. Soprattutto perché siamo nell'era dei *big data*.

A proposito di quanto ha appena affermato, quali sono gli aspetti su cui si deve agire, a livello di singoli cittadini e sul piano politico, per far sì che la salute circolare "giri" a nostro favore e non ci travolga come un boomerang?

Faccio un esempio a cui tengo molto. Abbiamo un problema molto serio: quello dell'antibioticoresistenza e dei superbatteri. Questi ultimi si sono selezionati perché in medicina umana e veterinaria abbiamo usato troppi antibiotici. Per la legge del più forte, i pochi batteri che hanno saputo resistere al farmaco sono diventati capaci di surclassare quelli sensibili al medicinale.

Il che comporta il fenomeno delle infezioni ospedaliere, giacché gli antibiotici oggi disponibili non sono più efficaci contro i batteri più aggressivi che circolano negli ambienti sanitari. In altri termini, a causa dell'uso indiscriminato degli antibiotici, ancora oggi, in Paesi come l'Italia, si può morire di infezione.

Come cittadini possiamo seguire le regole che aiutano a non creare o ingrandire il problema, come lavarci le mani prima e dopo essere stati in ambiente sanitario per non diffondere i batteri e non assumere antibiotici senza prescrizione medica. In questo caso i farmacisti hanno un grande ruolo: possono spiegare a tutti i pazienti che entrano in farmacia che essi possono essere parte della soluzione e non del problema. Far capire che i farmaci non vanno buttati nella spazzatura né nel gabinetto perché da lì finirebbero nei terreni e nelle acque, favorendo proprio il fenomeno dell'antibioticoresistenza, che ci torna indietro proprio come un *boomerang*. L'Oms prevede che nel 2050 i decessi per antibioticoresistenza saranno 40 milioni, molti più delle morti per tumore. Per fare un raffronto, il Covid ne ha provocate sette milioni. E ho detto tutto.

L'Oms prevede che nel 2050 i decessi per antibioticoresistenza saranno 40 milioni, molti più delle morti per tumore

Prendo a prestito il vecchio adagio secondo cui "quando c'è la salute, c'è tutto" per chiederle, dal suo punto di vista privilegiato, perché a suo avviso gli italiani – e la classe politica che ne è il riflesso – sembrano non averlo compreso appieno. Vediamo infatti che da un lato c'è una scarsa attenzione a temi come prevenzione e adesione a stili di vita sani, e dall'altro un sempre minore impegno per la tutela di una sanità pubblica, perché sia davvero equa e universale come stabilisce la nostra Carta costituzionale.

Nell'incipit del libro *La salute circolare* ho

inserito la frase "Se non si ha la salute, non si è liberi". Detto in altro modo, la salute ci rende liberi. Ne sono veramente convinta. Per fare la vita che desideriamo, dobbiamo avere la salute. Per il fatto che la salute si dà per scontata, questo concetto non è supportato da azioni concrete che la sostengano in termini di collettività. Mi ha molto deluso che i decisori politici non vogliano più sentire parlare di pandemia, che vorrebbero dimenticare. Al contrario: dovremmo farne tesoro per rivedere le modalità di tutela, prevenzione e sviluppo della sanità pubblica. Dovremmo riuscire a coccolarla e riuscire a far capire quanto sia importante per la resilienza dei sistemi-Paese.

Vorrei chiudere la nostra intervista con una domanda che riguarda i farmacisti, che sono il pubblico che ci legge, professionisti della salute che hanno un diretto contatto con i cittadini, vista la capillarità con cui le farmacie sono presenti sul territorio nazionale. In che modo, a suo avviso, i farmacisti e le farmacie possono essere promotori della salute circolare?

Per esempio, favorendo l'uso di strumenti di profilassi come i vaccini. Al di là dell'annuale antinfluenzale, parlare della rilevanza della protezione offerta dal vaccino contro l'*Herpes zoster*. Il farmacista è un'importantissima interfaccia con la comunità e può spingere concetti come l'igiene, lo smaltimento dei farmaci, l'uso corretto dei medicinali, promuovendo quindi la salute circolare. In più, può trasmettere l'idea che non viviamo in un sistema chiuso. Il nostro Pianeta e il nostro ecosistema non hanno una valvola di sfogo come la pentola a pressione per eliminare ciò che buttiamo nell'atmosfera e nell'acqua. Il farmacista deve essere un comunicatore della salute per favorire un impegno dei cittadini. Perché le decisioni possono essere calate dall'alto ma, senza i cittadini non si va da nessuna parte. ■

CARDIORITMON COLESTEROLO

Contribuisce al metabolismo di **trigliceridi e colesterolo**
Fieno greco

Per una regolare **funzionalità** dell'apparato **cardiovascolare**
Berberis aristata DC.

Coadiuvare il **metabolismo** dei lipidi
Carciofo



SelectSIEVE® OptiChol:

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



TEST PER IL CALCOLO
DEL RISCHIO CARDIOVASCOLARE



www.cardioritmon.com

Gli integratori non vanno intesi come sostituti di una dieta
variata ed equilibrata ed uno stile di vita sano.

INTEGRATORE ALIMENTARE



SENZA GLUTINE



NATURALMENTE PRIVO DI LATTOSIO

Scenari

10. INDAGINI

Generation Next:
la farmacia del futuro
13. Sanità, italiani sempre più scontenti

16. CONVEGNI

Prove di dialogo
tra industria e farmacia

20. INNOVAZIONE

Analisi di mercato: l'AI è meglio
di un sondaggio?

22. FILIERA

Distribuzione tra sfide
e opportunità

24. PROFESSIONE

Il paziente a metà

26. DALLE REGIONI

Puglia, servizi di qualità

28. AZIENDE

La medicina della salute

34. DALLA RICERCA

Novità in ambito prevenzione
primaria cardiovascolare

40. MIXER



Generation Next: la farmacia del futuro

Le aspettative dei giovani farmacisti sono al centro di un'indagine condotta da TradeLab, nell'ambito di un progetto più ampio dedicato alle nuove generazioni di professionisti e alle prospettive di evoluzione della farmacia

di Claudio Buono

Nel panorama attuale, che vede la farmacia attraversare una fase di profonda evoluzione e di importanti cambiamenti, anche alla luce dei nuovi assets della sanità territoriale e di fenomeni come lo sviluppo di *network* e catene, e la concentrazione di grossisti e cooperative, quali sono le aspettative dei giovani farmacisti riguardo alla loro professione? Il laboratorio

“Generation Next - I farmacisti del futuro”, ideato e condotto dalla società di consulenza TradeLab, con il contributo non condizionante di Alfasigma, Angelini Pharma, Dompè, Menarini, Teva, CEF, Phoenix Pharma Italia e Farmà Plus - Gruppo Farvima, si è posto l'obiettivo di aprire una finestra sul domani del presidio farmacia, indagando le prospettive, le attese e le richieste, ma anche i problemi e le preoccupazioni delle nuove (e meno nuove) generazioni di operatori e, da qui, provare a immaginare forma e sostanza della farmacia di domani. Una prima sintesi dei risultati del progetto è stata presentata nell'ambito del convegno “Generation Next: i farmacisti del futuro e il futuro della farmacia” che si è tenuto il 20 settembre scorso a Milano, su iniziativa di Federfarma Milano, Lodi e Monza Brianza, per affrontare e promuovere una riflessione comune su questo tema. In linea generale, il ritratto dei giovani farmacisti italiani che è emerso dall'indagine è quello di una categoria che crede nella farmacia dei servizi e ritiene che il proprio impegno nella presa in carico continuativa dei pazienti sia destinato a crescere.

LO SVILUPPO DEL PROGETTO

Nella fase iniziale di incubazione e generazione (fase qualitativa), alcuni farmacisti *under 35* dipendenti/collaboratori e titolari/gestori sono stati guidati, nel corso di quattro *workshop* che si sono tenuti a febbraio di quest'anno a Milano e Bari, in un percorso creativo che, partendo dallo stato dell'arte e dalle proprie aspettative, ha consentito di generare idee, *concept* e iniziative su cui si fonderà la farmacia di domani e su cui il mondo dell'industria potrà sviluppare la propria relazione. A giugno è seguita poi una rilevazione estensiva (fase quantitativa) del progetto, in cui giovani professionisti di tutt'Italia sono stati coinvolti in interviste telefoniche basate su un questionario strutturato sui temi emersi nella prima fase. Il campione era composto da 1.200 farmacisti con meno di 35 anni d'età (in media 32), in prevalenza donne (61 per cento vs 39 per cento di uomini) e circa quattro anni di esperienza, nella stragrande maggioranza dei casi dipendenti (87 per cento vs solo il 13 per cento di titolari).

GLI HIGHLIGHTS DELL'INDAGINE

Per oltre la metà degli intervistati, la

farmacia continuerà a fornire all'utenza soluzioni immediate, come fa oggi, ma in futuro assumerà un ruolo sempre più importante, con un impegno quotidiano crescente nella presa in carico continuativa del cittadino. La loro visione è quella di una farmacia di domani che offrirà servizi avanzati e innovativi (74 per cento), cure personalizzate (71 per cento) e, nella stessa percentuale, supporto al benessere della comunità. Anche se da un lato nel tempo calerà l'attività di supporto immediato al paziente, dall'altro aumenterà il tempo che dedicherà alle attività di *screening* (secondo il 59 per cento del campione), al *referral* clinico (57 per cento) e alla diagnostica (58 per cento). Significativi anche i fattori ritenuti rilevanti per raggiungere un adeguato livello di motivazione al lavoro quotidiano in farmacia. I principali sono gli aspetti organizzativi, che si attestano ai primi due posti con, rispettivamente, il clima aziendale sereno e costruttivo con i colleghi (76 per cento delle risposte) e la stima reciproca nei confronti del titolare (73 per cento). La retribuzione economica compare solo in terza posizione (72 per cento) ma rimane comunque importante, seguita dal coinvolgimento nelle decisioni e dalla condivisione di obiettivi e risultati (70 per cento). Altri elementi motivazionali sono la chiarezza nella definizione dei ruoli e dei processi (68 per cento); il *welfare* aziendale, ovvero i *benefit* (57 per cento); la presenza di sistemi di incentivazione economica e remunerazione variabile (56 per cento). Altrettanto interessante è la visione dei giovani farmacisti sulle innovazioni tecnologiche più impattanti sul futuro della farmacia. In senso generale saranno principalmente incentrate sull'interazione con il cliente e la customizzazione dell'offerta/modalità di acquisto, unite a maggiore efficienza e rapidità. Interpellati su quali vorrebbero adottare nella propria farmacia, le risposte più ricorrenti degli intervistati sono state: sito *web* e *app* per l'accesso ai servizi e l'acquisto di prodotti,

intelligenza artificiale (IA) sia per la gestione interna della farmacia sia per l'assistenza personalizzata ai clienti, sistemi di automazione per prenotazioni on line e ritiro self-service. In particolare, l'utilizzo dell'IA per fornire un'assistenza quanto più personalizzata è l'elemento ritenuto più importante in assoluto dal 21 per cento del campione, oltre che imprescindibile per il futuro della farmacia.

IL PARERE DEI PRESIDENTI

«I *trend* evidenziati dal progetto Generation Next ci offrono spunti preziosi di confronto e riflessione, con l'obiettivo di costruire una farmacia sempre al passo coi tempi», ha affermato nel suo intervento di presentazione del convegno Annarosa Racca, presidente di Federfarma Milano, Lodi e Monza Brianza e di Federfarma Lombardia. «Per farlo, occorre non solo ascoltare le esigenze dei cittadini, ma anche aspirazioni e motivazioni dei giovani farmacisti di oggi. Solo così potremo porre le basi per una farmacia che sappia essere moderna anche domani. Come imprenditori, dobbiamo valorizzare i nostri collaboratori e promuoverne la crescita, contribuendo anche al dialogo tra le nuove generazioni di professionisti e le aziende di produzione e di distribuzione con cui ci interfacciamo costantemente, senza dimenticare naturalmente la collaborazione con gli attori del Sistema sanitario nazionale e regionale». Da parte sua, Andrea Mandelli, presidente Fofi, ha evidenziato come in questi anni i farmacisti siano stati protagonisti di un'evoluzione straordinaria tra digitalizzazione, nuove competenze e nuovi servizi, che hanno reso la professione sempre più centrale per la tutela della salute dei cittadini e per questo ancor più gratificante per i farmacisti che la esercitano, in particolare per i colleghi più giovani. «Oggi la sfida è di attrarre le giovani generazioni a intraprendere questa strada, anche grazie alla possibilità di seguire un corso di studi universitario rinnovato e

arricchito di contenuti professionalizzanti, in linea con la valorizzazione del nostro ruolo nella rete dell'assistenza sul territorio. I risultati dell'indagine confermano la bontà dell'intuizione che la Federazione ha avuto nel 2005 di ridisegnare il futuro della professione». «I farmacisti rappresentano un presidio sanitario insostituibile sul territorio e il loro ruolo va ben oltre la distribuzione di farmaci: oggi sono protagonisti nella prevenzione, nello *screening* e nel supporto quotidiano alla salute delle persone», ha poi commentato Emanuele Monti, presidente della IX Commissione Permanente Sostenibilità sociale, casa e famiglia di Regione Lombardia. «In un contesto in cui la sanità territoriale diventa sempre più centrale, Regione Lombardia è impegnata a promuovere e valorizzare il ruolo delle farmacie, rafforzando questa rete di professionisti preparati e motivati e favorendo l'adozione di nuove tecnologie e competenze che possano rispondere alle crescenti esigenze della popolazione». Paolo Bertozzi, head of Industry Pharma&Healthcare di TradeLab, ha spiegato che è la figura stessa del farmacista che si sta evolvendo, sia perché le si chiede una quantità crescente di *skills* e responsabilità sia perché con il ricambio generazionale si sta modificando l'approccio alla professione e più in generale al lavoro, con la ricerca di nuove motivazioni. «Da un lato la concorrenza con altri canali *retail* richiede competenze di *marketing*; dall'altro, la farmacia dei servizi necessita di maggiori sforzi sul piano professionale, scientifico e clinico. Comprendere bisogni e aspettative dei giovani farmacisti significa, quindi, indagare il futuro della farmacia ed evidenziare le direttrici fondamentali di innovazione dei modelli organizzativi e di gestione dei collaboratori, assicurando il mantenimento e la crescita della qualità del servizio in risposta alla domanda di salute della popolazione». ■

D₃Base Junior

Ne basta
una al **Dì!**



30 caramelle - 13,00 Euro
In farmacia

D₃Base Junior è l'integratore alimentare di vitamina D₃ in forma di caramella gommosa da 600 U.I. per i bambini dai 4 anni in su. **La vitamina D è necessaria per la normale crescita e lo sviluppo osseo** nei bambini e contribuisce alla normale funzione del **sistema immunitario**.

Diamo forza alla crescita

WWW.D3BASEJUNIOR.IT



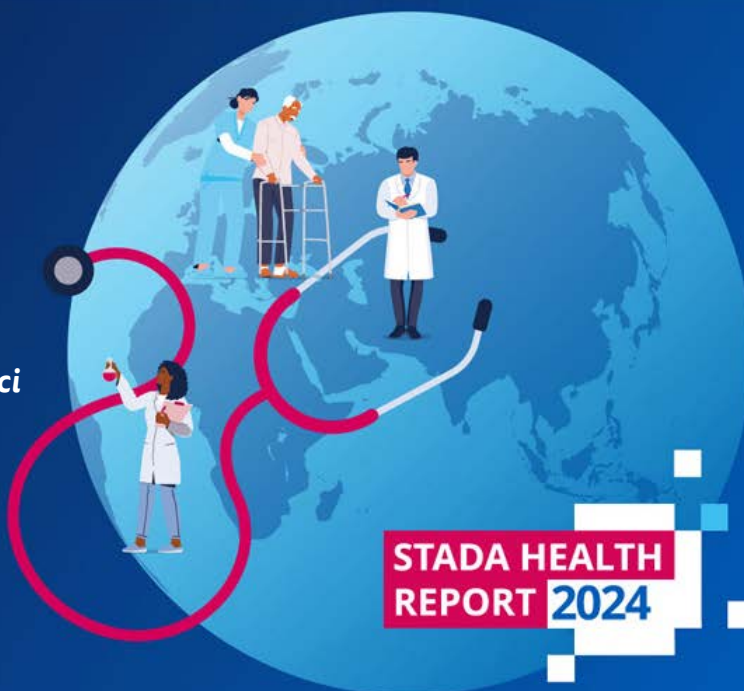
Leggere attentamente le avvertenze


ABIOTEN
PHARMA

Sanità, italiani sempre più scontenti

Secondo l'ultimo STADA Health Report, per il quarto anno consecutivo cala la fiducia dei nostri connazionali nel sistema sanitario, anche se resta salda nei confronti di medici e farmacisti. Nel 2024 ci si informa on line, si fa meno prevenzione e ci si sente un po' più soli

di Claudio Buono



Soddisfazione per il Ssn ai minimi storici, con oltre un italiano su due che oggi dichiara una crescita di scontento nei confronti della sanità pubblica, anche se mantiene alta la fiducia in medici e farmacisti. E sebbene i nostri connazionali siano favorevoli al processo di digitalizzazione che sta interessando il settore medico, oltre quattro cittadini su 10 chiedono che sia migliorato l'aspetto relazionale dell'assistenza sanitaria. Questi, in estrema sintesi, alcuni degli *insight* emersi dalla decima edizione dello STADA Health Report, un'ampia indagine *on line* condotta da Human8 per conto del Gruppo STADA in 23 Paesi nel periodo febbraio-marzo 2024, su un campione rappresentativo di 46mila cittadini tra i 18 e i 99 anni, tra cui 2mila in Italia. I risultati del nostro Paese sono stati presentati

lunedì in occasione di una conferenza stampa a Milano, alla presenza di rappresentanti del mondo medico, farmaceutico e di Cittadinanzattiva.

MENO FIDUCIA NEL SSN...

Nel dettaglio, la soddisfazione degli italiani nei confronti del Sistema sanitario diminuisce per il quarto anno di fila passando dal 69 per cento del Report 2021 al 48 per cento del 2024 (contro il 56 per cento del dato globale europeo). In Italia, a dichiararsi più soddisfatti sono soprattutto gli uomini, rispetto alle donne (52 per cento vs 44 per cento).

Andando a indagare le motivazioni di questo andamento negativo, si è visto che l'insoddisfazione è dovuta principalmente alle difficoltà ad accedere alle visite mediche. Più specificamente, per sette italiani su 10 (70

per cento), la principale causa è da attribuire alla difficoltà di ottenere un appuntamento per effettuare una visita medica, mentre altri elementi come *standard* di cura non adeguati e mancanza di accessi ai servizi di prevenzione sembrano contare molto meno per i nostri connazionali (rispettivamente, 31 e 20 per cento). Da notare che, per quanto riguarda gli *standard* di cura, sono le donne a lamentarsi di più di ricevere un'assistenza qualitativamente inferiore rispetto agli uomini (33 per cento vs 28 per cento), mentre su questo i giovani tra i 18 e i 34 anni hanno aspettative più elevate rispetto ai gruppi di età superiore (39 per cento vs 2 per cento). Circa l'accesso ai servizi di prevenzione, invece, quest'ultimo è più limitato nelle Regioni meridionali e nelle isole (25 per cento). Ed è proprio sul tema

“prevenzione” che si registra un altro dato che desta preoccupazione: quasi 6 italiani su 10 (59 per cento) non si sottopongono a *screening* e controlli, con una percentuale significativamente superiore per gli uomini (62 per cento) e per la fascia dai 18 ai 34 anni (69 per cento), il che fa rilevare ancora una scarsa sensibilità sull'argomento, come già emerso nell'edizione dello scorso anno.

... MA PIÙ FIDUCIA NELLA MEDICINA CONVENZIONALE

La buona notizia è che sebbene il malcontento per l'assistenza sanitaria sia tangibile, la fiducia nella medicina convenzionale è aumentata in modo significativo – superiore alla media europea (77 per cento vs 69 per cento) – così come quella nei confronti degli operatori sanitari. Dal rapporto emerge che questi ultimi rimangono il principale punto di riferimento dei pazienti e il 39 per cento (quattro italiani su 10) dichiara di fidarsi del proprio medico o del farmacista, riconoscendo nella loro competenza uno dei principali fattori di affidabilità. Più in generale, i cittadini i maschi sono maggiormente propensi a fidarsi dei consigli di medici e farmacisti rispetto alle donne (42 per cento vs 36 per cento) e ancora di più gli *over 55* rispetto ai più giovani (46 per cento vs contro 35 per cento).

FARMACIA: CRESCONO LE ASPETTATIVE

Interpellati su quali servizi vorrebbero che la propria farmacia offrisse in futuro, il 33 per cento degli intervistati (percentuale che sale al 38 per cento nella fascia d'età 18-34 anni) vorrebbe poter ricevere le proprie prescrizioni a domicilio. Ma non solo: il 33 per cento chiede l'integrazione con altri servizi sanitari, il 32 per cento auspica opzioni più economiche per i farmaci e i trattamenti, e la stessa percentuale vorrebbe sia maggiori informazioni sulle specifiche della propria ricetta e del farmaco prescritto sia la possibilità di prenotare una consulenza personale *on line* (un'esigenza ancor più

sentita, quest'ultima, nel range d'età 18- 34 anni, con una quota del 36 per cento), mentre il 21 per cento vorrebbe che le farmacie offrissero una gamma più ampia di farmaci. Un dato insolito fra quelli riportati dalla ricerca è la richiesta al proprio farmacista di consulenze su argomenti tabù (21 per cento), a sottolineare come oggi i cittadini vedano nella farmacia un vero e proprio punto di riferimento anche quando si tratta di richiedere supporto e informazione su argomenti fino a ieri considerati confidenziali. La classifica dei servizi che gli italiani vorrebbero ricevere dalla propria farmacia chiude (19 per cento) con gli investimenti in tecnologie per comprendere i farmaci e con l'educazione su temi specifici di una malattia.

GLI ITALIANI E LA DIGITALIZZAZIONE

Oltre l'80 per cento del campione utilizza fonti *on line* per raccogliere informazioni sulla salute, a partire da Google (59 per cento), a cui fanno seguito articoli digitali (35 per cento), siti di istituti sanitari o di aziende farmaceutiche (19 per cento), *influencer* (17 per cento), *app* di salute (14 per cento), *chatbot* di IA (7 per cento). Ma per quanto ci sia un'apertura da parte degli intervistati per l'impiego dell'intelligenza artificiale a supporto degli operatori sanitari (31 per cento) e, in generale, nei confronti della digitalizzazione – dalle cartelle cliniche elettroniche (60 per cento) ai foglietti illustrativi elettronici (41 per cento), alle *app* per la salute su prescrizione medica (35 per cento) – gli italiani richiedono una maggiore attenzione alla componente umana e relazionale dell'assistenza (oltre il 40 per cento) e un approccio più olistico alla cura (36 per cento), che tenga conto della salute fisica e mentale del paziente.

AUMENTA IL DISAGIO MENTALE

C'è motivo di preoccupazione anche per un altro dei temi su cui si è concentrato lo STADA Health Report, vale a dire la

solitudine, di cui soffre più della metà degli italiani (57 per cento) rispetto al 52 per cento degli europei, e il *burnout* (20 per cento, in calo però rispetto al 33 per cento del 2022): problematiche che interessano principalmente le donne (il 63 per cento delle intervistate riferisce di sentirsi meno felice e più sola rispetto al 51 per cento degli uomini) e i giovani (sebbene la maggioranza di loro affermi di essere felice, il 71 per cento tra i 18 e 34 lamenta maggiormente l'influsso che la solitudine ha sulla propria qualità di vita). E ancora: per due italiani su 10 la solitudine ha un impatto significativo o abbastanza grave sulla vita di tutti i giorni. L'orario lavorativo è la principale causa del problema (34 per cento), seguita dalla perdita di una persona cara (12 per cento) e dal troppo tempo trascorso sui *social media* (10 per cento). Tra le proposte avanzate per alleviare questo stato di malessere, un migliore equilibrio tra vita e lavoro per le fasce più giovani e, per le donne, maggiori cambiamenti nella società come, per esempio, miglioramenti economici, sostegno per le persone anziane, accesso a strutture per il tempo libero.

FARE BUON USO DELLE INFORMAZIONI RACCOLTE

In conclusione di incontro, Salvatore Butti, general manager e managing director di STADA, ha ribadito la necessità che le informazioni contenute nel *report* vadano condivise con gli *stakeholder* per trovare delle soluzioni: «I risultati emersi forniscono dati e riflessioni che possono stimolare un confronto costruttivo al fine di lavorare insieme per un unico obiettivo, un futuro della salute più accessibile e innovativo». Butti ha poi aggiunto che dall'indagine emerge come gli Italiani chiedano sempre più un approccio “*patient care*” «che evidenzii il lato umano dell'assistenza sanitaria e la necessità di valorizzare l'aspetto relazionale nella cura, un elemento che, in un contesto sempre più digitalizzato, risulta essere un pilastro essenziale per garantire il benessere complessivo delle persone». ■

MASTER EXECUTIVE di II LIVELLO
IV EDIZIONE



MALATTIE RARE, GALENICA CLINICA E FARMACI ORFANI

Il Master è strutturato specificamente per i farmacisti che vogliono seguire un corso di alta formazione nell'ambito dell'allestimento di preparazioni galeniche di farmaci non disponibili industrialmente, tra cui i farmaci orfani, le terapie avanzate e personalizzate, le preparazioni sterili, e i farmaci off-label per la terapia dei malati rari. Le lezioni e le esercitazioni pratiche si svolgono ad Ancona, nei laboratori modernamente attrezzati di Ataena Srl.

+ OBIETTIVO

Fornire una formazione teorico-pratica completa e aggiornata nell'ambito delle preparazioni galeniche magistrali e officinali

+ DESTINATARI

Il Master è rivolto ai Laureati in Farmacia e ai laureati in Chimica e Tecnologia Farmaceutiche.

13 FEBBRAIO 2025 – 28 FEBBRAIO 2026

CHIUSURA CANDIDATURE: 07 GENNAIO 2025



**240 ORE DI
LEZIONE**



**500 ORE DI PROJECT
WORK/STAGE**



**SEDE DEL CORSO:
ANCONA**



**COSTO
3.000 €**

INFO E ISCRIZIONI



Tavola rotonda

Guidare il sell out,
il ruolo delle scorte:
industria e
distribuzione
si confrontano

Moderato Agostino Grignani,
Presidente New Line RdM

NL

Con

Salvatore Butti

General Manager & Managing Director EG Stada Group

Gaetano Colabucci

General Manager Giuliani Spa

Umberto Comberlati

General Manager Teva Pharmaceuticals

Luigi Corvi

Vice President Sales & Marketing Unifarco Spa

Ermanno Ferri

Direttore commerciale CEF

Prove di dialogo tra industria e farmacia

In tempi di AI, la negoziazione tra industria e farmacia è ancora profondamente ancorata alle dinamiche tradizionali, alla spinta del sell in: a New LiNext si è discusso di quanto sia interesse di tutti ripartire da un focus sul sell out

di Laura Benfenati

Le farmacie cambiano e si differenziano sempre di più tra loro, negli ultimi anni sono cresciute in numerica, aumenta la concorrenza con quelle appartenenti ai grandi gruppi e quelle *on line*: c'è tensione sui margini ed esaminare il *sell out* consente di capire bene dove sta andando il consumatore e in che modo industria e farmacia possono collaborare in modo più costruttivo. È quello che si è cercato di fare a New LiNext, l'interessante giornata di lavoro per la filiera del farmaco organizzata a Milano da New Line, dal titolo "Dallo stock al *sell out* tra barriere e driver".

«La farmacia è enormemente cambiata, il fatturato del canale è in crescita (figura 1) sta evolvendo l'organizzazione, c'è sicuramente un impatto del livello di affiliazione sulle performance», ha spiegato Elena Folpini, general manager di New Line RdM. «La

dimensione della farmacia va incrociata con quella del *cluster* e tanto più l'affiliazione è elevata, tanto aumenta il livello organizzativo.

L'evoluzione organizzativa del canale sta obbligando l'industria a ripensare alle proprie strategie di interazione con i diversi attori della filiera». Folpini ha spiegato che la tendenza generale nel lungo periodo è alla diminuzione dello stock mentre l'indice di provvista resta sostanzialmente stabile (figura 2): «Nel dettaglio dei comparti la dinamica dello stock è eterogenea a fronte di una complessiva tendenza ad alleggerire le scorte».

TROPPE AZIENDE

Sono 3.206 le aziende che operano nel canale farmacia e una singola farmacia ne tratta direttamente circa 40: lo spazio delle confezioni in giacenza varia a seconda del settore (figura 3): «Il digitale ha pervaso la

nostra realtà ma il magazzino della farmacia continua a essere uno spazio fisico con vincoli anche strutturali. Le aziende si devono ritagliare uno spazio in uno scenario competitivo e lo stesso devono fare le categorie che competono in quello spazio.

Un'informazione rilevante è che, per esempio, nella dermocosmetica le aziende della fascia intermedia stanno sottraendo spazio ai *leader* di mercato».

Un altro dato importante sottolineato da Folpini è che c'è uno stock diverso tra *network* reali e farmacie indipendenti (figura 4) a parità di dimensioni: per esempio, i sanitari hanno troppo spazio nelle seconde.

LE DINAMICHE DI CONSUMO

Per quel che riguarda le dinamiche di consumo, è cresciuta in modo costante la quota di farmaci acquistati direttamente dai pazienti, che nel 2024 è del 17,2 per cento, con un prezzo

medio di 8,92 euro (era 16,6 nel 2023 e 15,2 nel 2021): il ruolo del farmacista cresce di importanza, la risposta alle iniziative *in store* è in ripresa rispetto al periodo pre pandemia e le aziende stanno ricominciando a investire su questa leva: «L'on line e l'off line sono semplicemente due opzioni agli occhi del consumatore, c'è sovrapposizione tra le prime 10 categorie commerciali acquistate on line e off line, il consumatore vede i due canali come una opportunità ma l'acquirente fidelizzato alle categorie commerciali della farmacia ha caratteristiche precise (figura 5). Questo, in conclusione, è un mondo che va a due velocità: il digitale e l'AI stanno pervadendo in modo sempre più ampio qualunque settore e anche il nostro: algoritmi più efficienti per la gestione di scorte e assortimento, interazione più profonda e su misura con le persone, i pazienti, i consumatori. In mezzo una negoziazione ancora profondamente ancorata alle dinamiche tradizionali, alla spinta del *sell in* e a una relazione umana che resta fondamentale ma che fa fatica ad adeguarsi alla velocità del cambiamento».

LE FARMACIE NON SONO TUTTE UGUALI

«I due terzi del valore del mercato sono veicolati in farmacia, dove la fiducia nel personale e i consigli ricevuti sono i principali motivi di scelta», ha spiegato Paolo Bertozzi, Founder Head di Pharma TradeLab, «ma aumentano la pressione competitiva, la complessità gestionale, la sovrapposizione tra canali da parte dei clienti.

Il consumatore ha una sola farmacia abituale nel 65 per cento dei casi (più 15 per cento in 5 anni) e questa scelta si basa ancora sulla prossimità ma cresce il ruolo della competenza del personale e emergono le variabili del *retailing mix*, in primis assortimento (*mix prodotti/servizi*) e servizi di marketing (orari di apertura, *delivery*): i clienti riconoscono e apprezzano le differenze tra le farmacie». Per quel che riguarda le *e-pharmacy*, Bertozzi ha raccontato che sono 1.800 quelle autorizzate dal ministero ma soltanto il 43 per

cento sono attive, 50 *players* fanno l'80 per cento del mercato e 10 sono *leader*: «Nove clienti su dieci si recano anche in farmacia, on line cercano prezzi e promozioni di brand noti, la quota di mercato del canale on line cresce ma tende a stabilizzarsi (5-6 per cento), il mercato si concentra sia per la crescita dei big sia per fenomeni di acquisizione, i *player* fisici entrano progressivamente nel digitale per gestire un approccio omnicanale».

E LA FARMACIA DEL FUTURO?

«Le linee guida sono sei: offrire servizi avanzati e innovativi, cure personalizzate, supporto al benessere della comunità, sostenibilità, *phygital* per una migliore esperienza del paziente, *social*», ha spiegato Bertozzi. Certo c'è una crisi di vocazioni ed è sempre più difficile fare il farmacista perché le mancate prospettive di crescita rappresentano un ostacolo motivazionale:

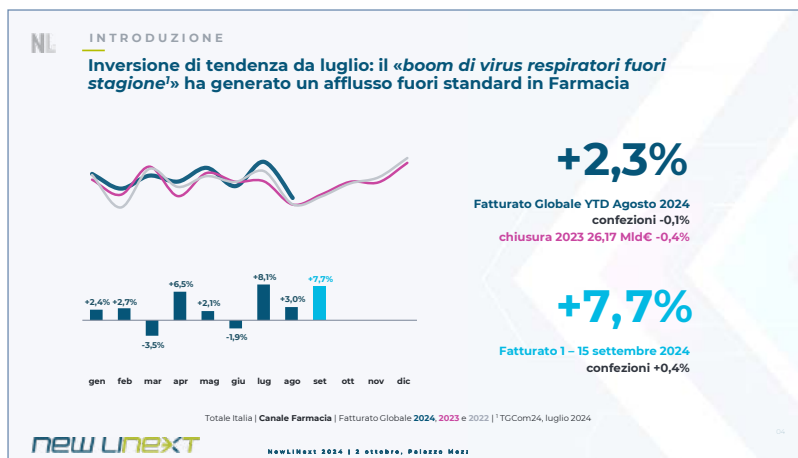


Figura 1

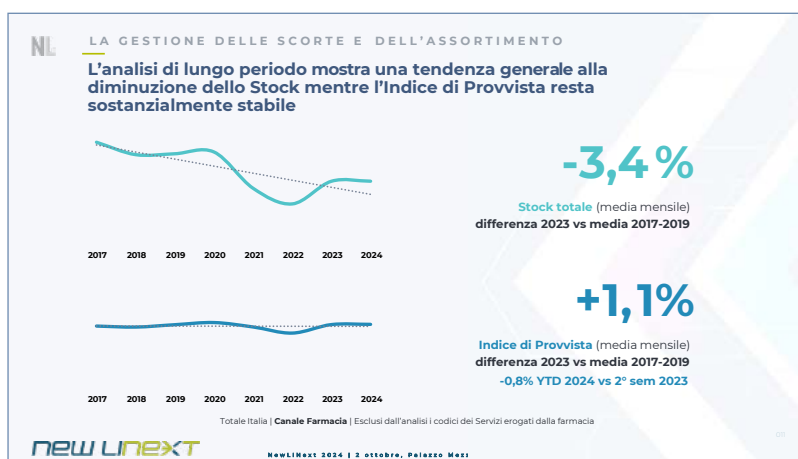


Figura 2

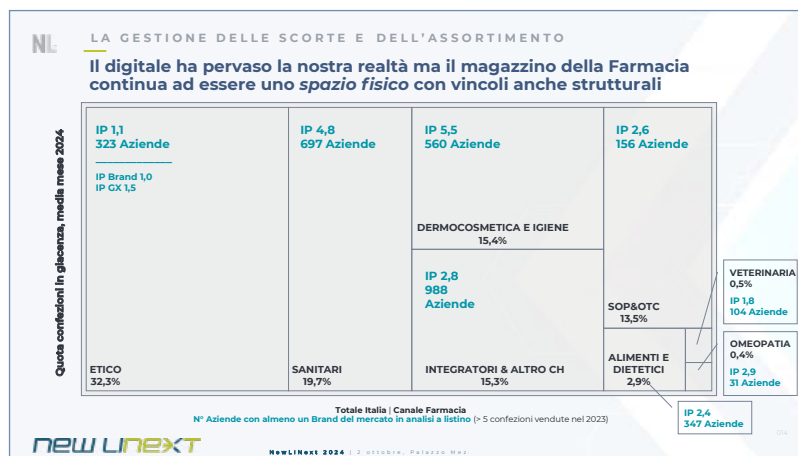


Figura 3

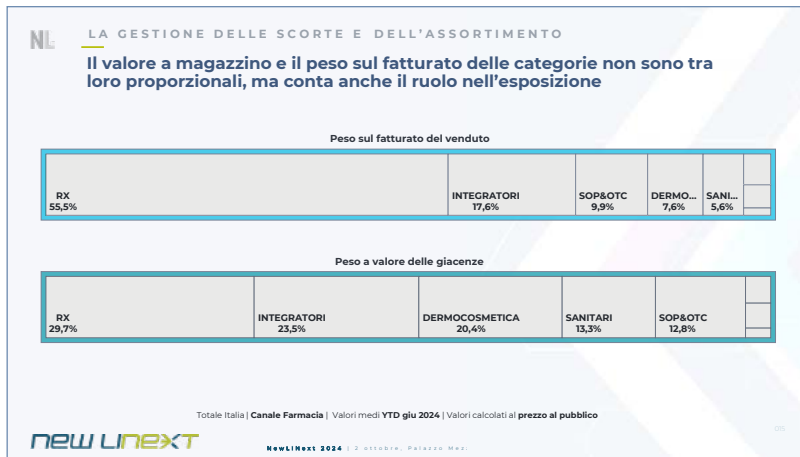


Figura 4



Figura 5

«Lo sviluppo delle competenze arricchisce la professionalità, va potenziato il team, vanno implementati modelli di incentivazione, le farmacie non sono ancora gestite in una logica aziendalista». Cambiano però velocemente gli scenari: trainano le catene di proprietà anche se si intravede qualche rallentamento nel trend di crescita per la difficoltà nell'acquisire nuove farmacie e il costo del denaro. Saranno comunque più di 5.000 (il 25 per cento) nel 2027 le farmacie in catena o *network strong*.

A fronte di questi scenari cosa chiede la distribuzione all'industria? «Capacità di implementare progetti di *co marketing*, di indirizzare l'operatività del cliente, condividere le attività sulle farmacie affiliate, garantire contributi di marketing per le attività *in store*, differenziare le politiche commerciali rispetto ai servizi ricevuti, supportare lo sviluppo dell'insegna e del *sell out*».

La presidente di Federfarma Lombardia Annarosa Racca ha sottolineato che la

farmacia è consapevole e preparata ad affrontare le sfide che la attendono: «La nuova remunerazione ha penalizzato le farmacie lombarde, l'incognita Datamatrix tra carico di lavoro e sanzioni ci preoccupa, ma io sono sempre positiva e credo che in Lombardia la farmacia della prevenzione sia già realtà. Certo dovremmo formarci sempre di più e l'aiuto dell'industria in questo è fondamentale».

L'INDUSTRIA COSA CHIEDE ALLA FARMACIA?

«La farmacia ha una forza e una riconoscibilità che non aveva e va capitalizzata, imparando un po' più di marketing. I dati di *sell out*, per esempio, sono fondamentali per il *network*: le nostre 1.000 farmacie vengono misurate sulla fedeltà alla cooperativa e quindi sul *sell out*, e lo *stock* è sempre più un costo», ha spiegato Ermanno Ferri, direttore commerciale di CEF, e Luigi Corvi, vice presidente Sales e Marketing di Unifarco ha aggiunto: «Il *sell in* ha le gambe

corte. Quando la farmacia fa poche scelte, il *sell in* è un'arma coercitiva di scelte indotte. Potremmo non fare le campagne solari, per esempio, ma se non c'è una scelta di base della farmacia il *sell in* rimane un'arma necessaria, soprattutto nei prodotti dove c'è sostituibilità. I dati di *sell out* sono fondamentali, è necessario educare il farmacista a fare scelte anche se in alcuni casi ci escludono. E per quel che riguarda i servizi, danno fisicità alla nostra attività, generano traffico e stazionamento. Li dobbiamo gestire come prodotti, dobbiamo avere i dati anche sui servizi».

I FARMACISTI SIANO PIÙ SELETTIVI

La cultura del *sell in* è stata insomma una comoda situazione in cui l'industria si è crogiolata: «Questo è molto chiaro per chi ha lavorato nel *mass market* e lo spazio a scaffale lo conosce perfettamente: cambiare la cultura nelle aziende dal *sell in* al *sell out* è complicato», ha detto Gaetano Colabucci, general manager di Giuliani spa. «Vanno letti i dati di *sell out* a settimana. Tante aziende lavorano con forze parallele che si occupano del *sell out* e la farmacia privilegerà un *partner* dell'industria rispetto a un altro, un'azienda che si impegna sul punto vendita. I farmacisti devono diventare più selettivi, non servono dieci linee di dermocosmetica e si può ricavare spazio per fare progetti che portino la gente in farmacia». «Noi dobbiamo convertire un prodotto nell'equivalente», ha spiegato Umberto Comberinati, general manager di Teva Pharmaceuticals. «Nell'*on line* si cercano prezzi bassi: la correlazione con il *sell out* è il traffico in farmacia e le aziende non devono incentivare politiche *on line*. Il futuro va verso la farmacia della prevenzione, che è un *driver* di traffico, ma con i problemi di spesa sanitaria e di potere di acquisto del consumatore credo che la farmacia rimarrà ancora ancorata al farmaco, oltre al servizio». Le conclusioni a Salvatore Butti, general manager e managing director di Eg Stada Group: «Le aziende si riconoscono non dai fatturati ma dai comportamenti, da come si pongono nei confronti delle farmacie. È necessaria una forte formazione della forza vendita e delle persone che vanno nelle farmacie». ■

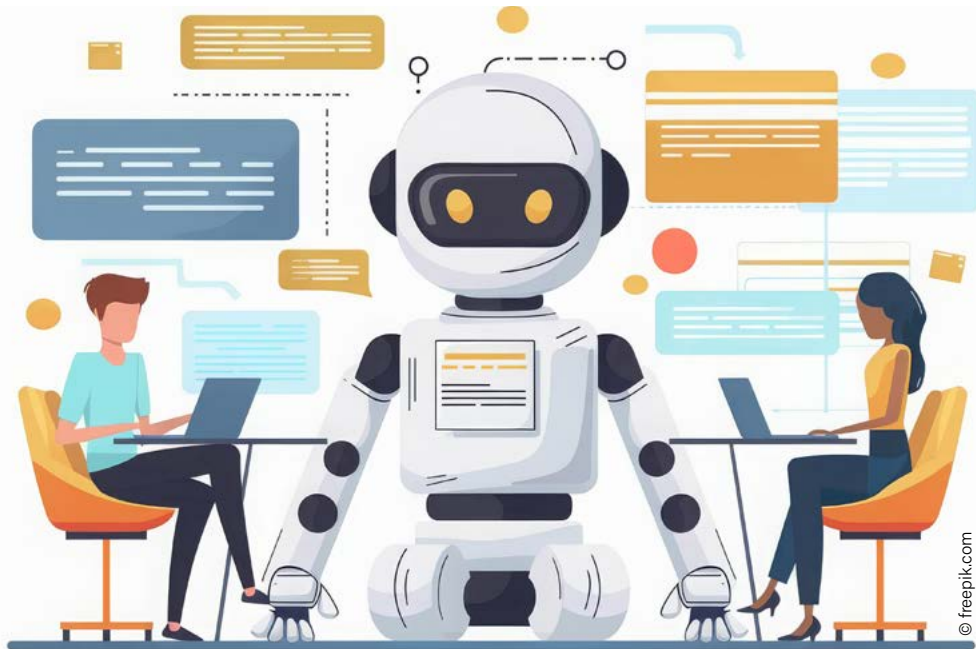
La natura mediterranea della forza



Più forza per tutta la famiglia con Improve® Vitamina D

Improve® Vitamina D, con Vitamina D3 in olio extravergine d'oliva arricchita con trigliceridi a media catena (MCT), contribuisce alla normale funzione del sistema immunitario, al mantenimento di ossa normali e alla normale funzione muscolare. Per sentirsi più forti, giorno dopo giorno.


mediterranean
nutrition
science



Analisi di mercato: l'AI è meglio di un sondaggio?

Uno studio di ricercatori di Stanford University e New York University ha messo in luce il potenziale di previsione dei LLM (Large Language Model) come GPT-4 nel contesto di esperimenti sociali. L'autore dell'articolo, incuriosito, ha condotto un personalissimo esperimento che sembra confermare la possibilità di servirsi dell'intelligenza artificiale al fine di prevedere le preferenze dei consumatori

di Giovanni Giamminola,
direttore generale di Unico

L'intelligenza artificiale (AI) sta trasformando il modo in cui comprendiamo e anticipiamo il comportamento dei consumatori. Un recente studio condotto da ricercatori di Stanford e della New York University ha esplorato proprio questo potenziale, utilizzando modelli linguistici di grandi dimensioni (LLM) come GPT-4 per predire i risultati di esperimenti di scienze sociali. Il titolo dello studio era già di per sé intrigante: "Predire i risultati di esperimenti di scienze sociali usando modelli linguistici di grandi dimensioni". In sostanza, i ricercatori hanno utilizzato GPT-4, un modello avanzato di AI conversazionale, per analizzare come le persone avrebbero risposto a vari esperimenti sociali, basandosi sul vasto corpus di dati disponibile *on line*, ovvero l'immenso bacino di informazioni tratte da siti *web*, forum, chat e altre fonti. I risultati sono stati sorprendenti: l'AI è riuscita a prevedere le reazioni umane con un'accuratezza sbalorditiva, superando

persino quella degli esperti umani. Il coefficiente di correlazione tra le previsioni di GPT-4 e i risultati reali ha raggiunto un notevole 0,85, il che significa che il modello ha "indovinato" correttamente 8,5 volte su 10. Questo livello di precisione pone una domanda affascinante: fino a che punto possiamo spingerci nel prevedere il comportamento umano utilizzando l'intelligenza artificiale?

UN ESPERIMENTO PERSONALE

Ispirato da questa scoperta, ho deciso di condurre un mio esperimento utilizzando GPT-4. Ho chiesto all'AI di assumere il ruolo di un *senior product manager* nel settore dei detersivi e bagnoschiuma, con l'obiettivo di sviluppare un nuovo prodotto progettato non solo per lavare, ma anche per lenire le scottature solari. Ecco come l'AI ha affrontato il compito:

1. Definizione del target. Il primo passo è stato definire il target di consumatori. GPT-4 ha identificato gli adulti di età

compresa tra i 18 e i 35 anni che utilizzano regolarmente prodotti doposole come il gruppo principale. Questi consumatori sono attivi, amano trascorrere tempo all'aria aperta, soprattutto in estate, e sono consapevoli dell'importanza di prendersi cura della pelle dopo l'esposizione al sole.

2. Creazione di profili demografici.

Successivamente, l'AI ha creato diversi profili demografici all'interno di questo target, tenendo conto di variabili come il sesso, l'età, il tipo di pelle e le abitudini di esposizione al sole. Ecco i profili elaborati: *Giovani professionisti urbani*. Uomini e donne tra i 25 e i 35 anni, con pelle normale o mista, che trascorrono il loro tempo all'aperto principalmente nei weekend, praticando sport o partecipando ad attività sociali.

Studenti universitari e giovani viaggiatori.

Uomini e donne tra i 18 e i 25 anni, con pelle mista o grassa, frequentemente esposti al sole durante vacanze estive o attività sportive all'aperto.

Appassionati di fitness e sport all'aperto.

Prevalentemente uomini tra i 28 e i 35 anni, con pelle normale o secca, esposti al sole durante attività fisiche come corsa, ciclismo o escursionismo su base regolare.

3. Sviluppo di messaggi di marketing. GPT-4

ha poi elaborato messaggi di marketing mirati, come: *"Allevia la pelle scottata dal sole e deterge delicatamente"*, rivolto a giovani professionisti urbani e appassionati di fitness.

"Rinfresca e lenisce la pelle dopo una giornata di sole", pensato per studenti e giovani viaggiatori.

"Proteggi la tua pelle dopo l'esposizione al sole", un messaggio universale per tutti i gruppi demografici.

4. Simulazione delle risposte. L'AI ha simulato le risposte dei diversi gruppi demografici a domande chiave, ottenendo i seguenti risultati:

Giovani professionisti urbani:

- Interesse per il prodotto: sì, soprattutto per l'effetto lenitivo e la praticità.
- Prezzo accettabile: 10-15 euro.
- Caratteristiche importanti: effetto lenitivo, qualità degli ingredienti, profumo gradevole.

Studenti universitari e giovani viaggiatori:

- Interesse per il prodotto: sì, se il prezzo è accessibile e il prodotto è multiuso.
- Prezzo accettabile: 7-10 euro.
- Caratteristiche importanti: prezzo, facilità d'uso, capacità di rinfrescare.

Appassionati di fitness e sport all'aperto:

- Interesse per il prodotto: sì, per l'efficacia e il comfort post attività fisica.
- Prezzo accettabile: 12-18 euro.
- Caratteristiche importanti: rapidità di azione, idratazione, sensazione di freschezza.

5. Analisi dei risultati. L'analisi delle risposte simulate ha evidenziato che l'effetto lenitivo è la caratteristica più richiesta, seguita dalla capacità di rinfrescare e dall'idratazione. Il prezzo risulta essere un fattore decisivo, soprattutto per gli studenti, mentre i giovani professionisti sono disposti a pagare di più per un prodotto di qualità. Gli appassionati di fitness, invece, danno importanza alla rapidità di azione e cercano un prodotto che si integri bene nella loro routine post allenamento.

SONDAGGIO O LLM?

Per determinare le preferenze dei consumatori in modo preciso, possiamo dunque utilizzare sia i modelli linguistici di grandi dimensioni (LLM) come GPT-4, sia i metodi tradizionali come i sondaggi. Ciascun approccio ha i suoi punti di forza: **Sondaggio**: questo metodo consolidato permette di raccogliere dati direttamente dai consumatori, consentendo una personalizzazione delle domande e un approfondimento delle motivazioni alla base delle preferenze. Tuttavia, richiede più tempo e risorse.

LLM: modelli come GPT-4 possono simulare rapidamente le risposte dei consumatori, offrendo previsioni utili e a basso costo. Tuttavia, bisogna considerare che gli LLM si basano su dati testuali e potrebbero non cogliere tutte le sfumature del comportamento umano. Un metodo integrato che combina LLM e sondaggi potrebbe rappresentare la soluzione ideale. Gli LLM possono essere utilizzati per condurre studi pilota, identificando le domande più efficaci da porre nei sondaggi. Successivamente, queste informazioni possono essere impiegate per progettare sondaggi più mirati e informativi, ottimizzando l'allocazione delle risorse e migliorando la comprensione delle preferenze dei consumatori.

CONCLUSIONI

Le implicazioni di questi strumenti sono enormi. Immaginate di poter testare l'efficacia di una campagna pubblicitaria o l'impatto di una nuova politica pubblica prima ancora di metterle in pratica. Potremmo risparmiar tempo e risorse, ottimizzando le nostre strategie in anticipo. Allo stesso tempo, non si può fare a meno di riflettere sui rischi etici. Cosa succederebbe infatti se questi strumenti venissero usati per manipolare l'opinione pubblica o influenzare le elezioni? È dunque fondamentale che lo sviluppo di queste tecnologie sia accompagnato da una seria riflessione etica.

Il mio piccolo esperimento mi ha aperto gli occhi su un futuro affascinante e al tempo stesso complesso. L'intelligenza artificiale non è qualcosa da temere, ma una potente risorsa che può amplificare le nostre capacità. Non sostituisce, ma "aumenta" il nostro potenziale. Accelerarne l'adozione ci permetterebbe di risolvere problemi complessi più rapidamente, migliorare l'efficienza e innovare in modi impensabili. ■



Distribuzione tra sfide e opportunità

L'Assemblea ADF è stata l'occasione per ribadire il ruolo essenziale della distribuzione intermedia nell'ecosistema salute, sottolineando al contempo il tema della sostenibilità economica, legata a costi crescenti e remunerazione inadeguata. Per il presidente Farris, il futuro passa per digitalizzazione e soluzioni tecnologiche sempre più avanzate, «per continuare a crescere e fornire servizi di eccellenza»

di Rossella Gemma

Si è tenuta lo scorso 19 settembre, presso la sede di Confcommercio a Roma, la 37ª Assemblea annuale di ADF (Associazione Distributori Farmaceutici). L'evento ha rappresentato un importante momento di confronto per i 35 associati, focalizzandosi sul ruolo strategico della distribuzione intermedia farmaceutica nel Sistema sanitario nazionale e sulle sfide imminenti del settore.

MISSIONE: DISTRIBUIRE SALUTE

Durante la prima parte dell'assemblea, riservata agli associati, è stato tracciato un bilancio delle attività dell'anno precedente. ADF, attraverso i suoi 107 magazzini distribuiti su tutto il territorio nazionale, ha garantito la distribuzione di 12 miliardi di confezioni di farmaci e parafarmaci, coprendo un totale di 25.000 clienti tra farmacie e parafarmacie, percorrendo 350 milioni di chilometri. «La nostra missione – ha sottolineato il presidente ADF Walter Farris – resta quella di assicurare la salute

pubblica, fornendo medicinali in modo capillare e tempestivo, fino alle zone più remote del Paese».

Un altro tema centrale è stata la partecipazione di ADF a diversi tavoli istituzionali. L'Associazione ha giocato un ruolo chiave nel Tavolo per la tracciabilità europea dei farmaci e nel sistema nazionale di verifica del farmaco (NMVO), con l'obiettivo di contrastare la contraffazione. «Abbiamo collaborato intensamente con le autorità italiane per rispettare la scadenza del 9 febbraio 2025, garantendo la piena attuazione delle normative europee», ha sottolineato Farris. Altrettanto rilevante il contributo di ADF nel Tavolo tecnico sul fenomeno delle carenze di farmaci. La questione, aggravata dalle crisi geopolitiche e dalle difficoltà produttive, ha evidenziato la necessità di strumenti che permettano ai distributori di segnalare i farmaci di difficile reperibilità.

LA SFIDA DELLA SOSTENIBILITÀ

Una delle problematiche più sentite è stata

quella della sostenibilità economica del settore. Nonostante la sua funzione essenziale all'interno del sistema sanitario, infatti, la distribuzione intermedia farmaceutica continua a soffrire di una cronica sottoremunerazione, aggravata dall'aumento dei costi energetici e logistici. Farris ha richiamato l'attenzione sulla legge di Bilancio che ha introdotto dal marzo scorso una nuova remunerazione per le farmacie, senza però prevedere alcun supporto per i distributori intermedi. «È necessario – ha affermato il presidente – un intervento strutturale che riconosca il ruolo strategico dei distributori nel garantire il diritto alla salute».

NUOVI SCENARI SUL MERCATO

La seconda parte dell'assemblea si è concentrata sui nuovi scenari che si prospettano per il settore farmaceutico, con l'avvento di tecnologie innovative come l'intelligenza artificiale, la telemedicina e l'*home delivery*. «Il futuro della distribuzione farmaceutica passa per la digitalizzazione e l'adozione di nuovi modelli operativi che includano soluzioni tecnologiche sempre più avanzate. Dobbiamo essere pronti a cogliere queste opportunità per continuare a crescere e fornire servizi di eccellenza», ha concluso Farris.

Interessante l'intervento di Iqvia, che ha presentato un'analisi dei trend del mercato *retail* farmaceutico con un focus sulle nuove dinamiche distributive. Nel 2023, il mercato nel suo complesso (farmacia, GDO, parafarmacia, *e-Pharmacy*) ha raggiunto un valore di 31,3 miliardi di euro, con una crescita dello 0,75 per cento rispetto al 2022. «I canali fisici, come le farmacie – ha spiegato Claudia Rocco, Senior Director Offering&Operations Iqvia Italia – mantengono la loro rilevanza (26,6 miliardi di euro a valore) mentre la crescita dei volumi si registra principalmente nel segmento etico e nell'*e-commerce*. Ad agosto 2024, il mercato *retail* ha visto un incremento, raggiungendo i 21,5 miliardi di euro, spinto dalle farmacie e dalle vendite *on line*, con i canali digitali che mostrano una crescita impressionante del 19 per cento». Un altro tema rilevante per Iqvia è l'evoluzione delle dinamiche distributive. Si osserva una pressione sui prezzi, un consolidamento di attori nel settore e la crescita dell'*e-commerce*, inclusa l'entrata di nuovi *player*. «Infine – ha sottolineato Rocco – evidenziamo cambiamenti significativi nel comportamento dei consumatori, legati all'invecchiamento della popolazione, alla polarizzazione dei consumi e alla crescente domanda di

personalizzazione e prevenzione, tutti fattori che comportano nuove sfide per il settore».

Anche la relazione del Consorzio Dafne si è concentrata sull'ecosistema sanitario italiano, sempre più "interconnesso, digitale, sostenibile". Nella filiera *healthcare* è centrale il ruolo della distribuzione intermedia, il cui fatturato complessivo è di circa 15 miliardi di euro. «Le sfide del settore – ha spiegato Daniele Marazzi, Consigliere delegato del Consorzio Dafne – riguardano i costi in crescita (energia, manodopera, affitti) e la concorrenza di nuovi *player*. Si evidenziano evoluzioni già in corso, come l'aumento dell'importanza della sostenibilità (direttive europee), la serializzazione dei farmaci e dispositivi medici, la *cybersecurity* e la crescente competizione nell'*e-commerce* e nelle catene di farmacie».

L'Assemblea si è chiusa con un messaggio di ottimismo e collaborazione: «Solo lavorando insieme possiamo affrontare le sfide che ci attendono. ADF continuerà a essere un punto di riferimento per la categoria e a sostenere le aziende associate nel loro percorso di crescita», ha affermato il presidente. Un impegno condiviso per garantire la sostenibilità del sistema distributivo e il benessere dei cittadini. ■



Il paziente a metà



© freepik.com

I farmaci innovativi sono un “angolo cieco” per la farmacia. E a uscirne penalizzato è il rapporto con il cliente, il cui profilo terapeutico resta in parte sconosciuto nel momento del consiglio

di Ester Brando, farmacista ospedaliera

Se vogliamo rinnovare l'immagine della farmacia, non possiamo ignorare i passi da gigante che la farmacologia e la ricerca hanno compiuto negli ultimi 15 anni. In questo scritto non troverete però un *excursus* sulle ultime novità, piuttosto alcune considerazioni su come i farmaci innovativi possano “innovare” la farmacia. Ma dove troviamo questi medicinali? Non in farmacia, ma attraverso la Distribuzione diretta ospedaliera o in maniera marginale tramite la Dpc. Un vero peccato, un limite che ho toccato con mano da quando da circa un anno ho cominciato a lavorare

come farmacista ospedaliera. Ho visto in tal modo la concretizzazione di quanto la ricerca abbia prodotto negli anni grazie ai farmaci biologici, agli antiemcranici, ai farmaci per la dermatite atopica, per la psoriasi, per il morbo di Crohn ecc.: un mondo che nella farmacia aperta al pubblico viene ignorato. Tolti ovviamente gli antitumorali, che richiedono un monitoraggio intensivo con controlli mensili della risposta alla terapia, quanti di questi medicinali potrebbero essere dispensati direttamente in farmacia? E quale ruolo importante potrebbe ricoprire il farmacista nel sensibilizzare il paziente a

rivolgersi a specialisti ospedalieri o nell'infondere fiducia in un possibile approccio terapeutico innovativo e potenzialmente efficace? E se a oggi la possibilità di erogazione in farmacia di questi farmaci non è prevista, cosa può fare il farmacista?

IL CONSIGLIO AL BUIO

Innanzitutto, bisognerebbe chiedere al paziente che ci segnala un problema di salute quali farmaci assume. A tal proposito ho fatto una piccola indagine tra i miei colleghi che lavorano da tempo e con dedizione in farmacia, i quali mi hanno riferito che non sono a conoscenza delle terapie che i pazienti seguono utilizzando farmaci accessibili solo tramite distribuzione diretta ospedaliera. Non vi sembra strano? È come se avessimo davanti a noi un paziente a metà: quello che assume i farmaci che ritira in farmacia e quello che si approvvigiona in ospedale: due pazienti diversi nella stessa persona. E dunque come possiamo fornire un consiglio se non sappiamo cosa assume e se ignoriamo il profilo farmacologico di questi farmaci?

Facciamo un esempio pratico: esiste un farmaco, l'adalimumab, anticorpo monoclonale molto utilizzato, che è indicato per numerose patologie, tra cui le più comuni sono la psoriasi, il morbo di Crohn, la colite ulcerosa, l'artrite reumatoide (circa il 3 per cento della popolazione ne soffre). Il paziente provvede al suo domicilio all'autosomministrazione del farmaco, previa adeguata istruzione in ospedale sulla tecnica iniettiva. Si tratta di una penna o di una siringa sottocute. Tra gli effetti indesiderati molto comuni ci sono le infezioni delle alte e basse vie respiratorie, nausea e vomito, eruzioni cutanee, dolori muscolo scheletrici, cefalea. Ebbene chissà quante volte un paziente in trattamento con questo medicinale è venuto da voi e vi ha esposto un sintomo imputabile agli effetti collaterali del farmaco che assume, ma del quale lui non ha consapevolezza così come non l'avete voi perché non sapete né che il paziente è in terapia né conoscete il farmaco in questione. Il vostro consiglio sarebbe stato lo stesso se aveste saputo che il disturbo lamentato è un effetto collaterale di un farmaco? Penso di no.

IL "FARMACISTA INNOVATO"

È anche corretto pensare però che il farmacista debba essere aggiornato: bene: erogare i farmaci innovativi in farmacia potrebbe essere una leva per avvicinarlo alla loro conoscenza. Un aggiornamento fatto di corsi, di rapporti con l'informazione medico-scientifica, ma anche attraverso un'altra possibilità, e cioè uno stretto confronto con i colleghi ospedalieri che potrebbe fare da volano per la conoscenza dei farmaci e rafforzare l'immagine del farmacista agli occhi del pubblico nella sua interscambiabilità di ruolo tra ospedale e territorio. Un "farmacista innovato", a cui ci si potrà rivolgere non solo per le classiche patologie croniche o per i piccoli disturbi acuti. In questo modo si potrebbe creare una vera e propria *task force* di monitoraggio dell'appropriatezza prescrittiva, dell'aderenza terapeutica e della farmacovigilanza che è e deve rimanere solo nelle mani dei farmacisti. A questo punto la trasformazione dei farmaci di fascia H (ce ne sono diversi molto interessanti) in erogabili in farmacia è a due passi. Del resto, perché non dispensare direttamente in farmacia un farmaco che viene autosomministrato a domicilio? Perché non insistere su questo fronte? Perché non dare risalto all'immagine professionale del farmacista, tanto bistrattata? Alla luce delle polemiche che continuamente investono il nostro settore, perché non ci differenziamo dagli altri canali? Perché continuiamo a rincorrere le politiche di prezzo quando l'e-commerce è più forte di noi? Perché non diamo risalto a quanto siamo in grado di offrire in termini di professionalità, *problem solving*, capillarità sul territorio e competenza? Su questi fronti nessuno può attaccarci e possiamo fare veramente tanto, a meno che non siamo noi stessi a volere che continui a esistere il paziente a metà. ■



esserre



Redulen Colesterolo



Redulen® Colesterolo è un integratore alimentare utile per mantenere normali livelli di colesterolo nel sangue, a base di:

- **Brumex®**, estratto di Bergamotto Mediterraneo titolato in flavonoidi;
- **Nopalis™**, ottenuto dalle foglie succulente del fico d'India del Mediterraneo, con **attività funzionali per l'equilibrio del peso corporeo e la modulazione dell'assorbimento dei nutrienti**;
- **Fitosteroli**, che contribuiscono al **mantenimento di normali livelli di colesterolo nel sangue***;
- **Vitamina B1**, che contribuisce al **normale metabolismo energetico** e alla **normale funzione cardiaca**.

Formula scientificamente studiata¹.

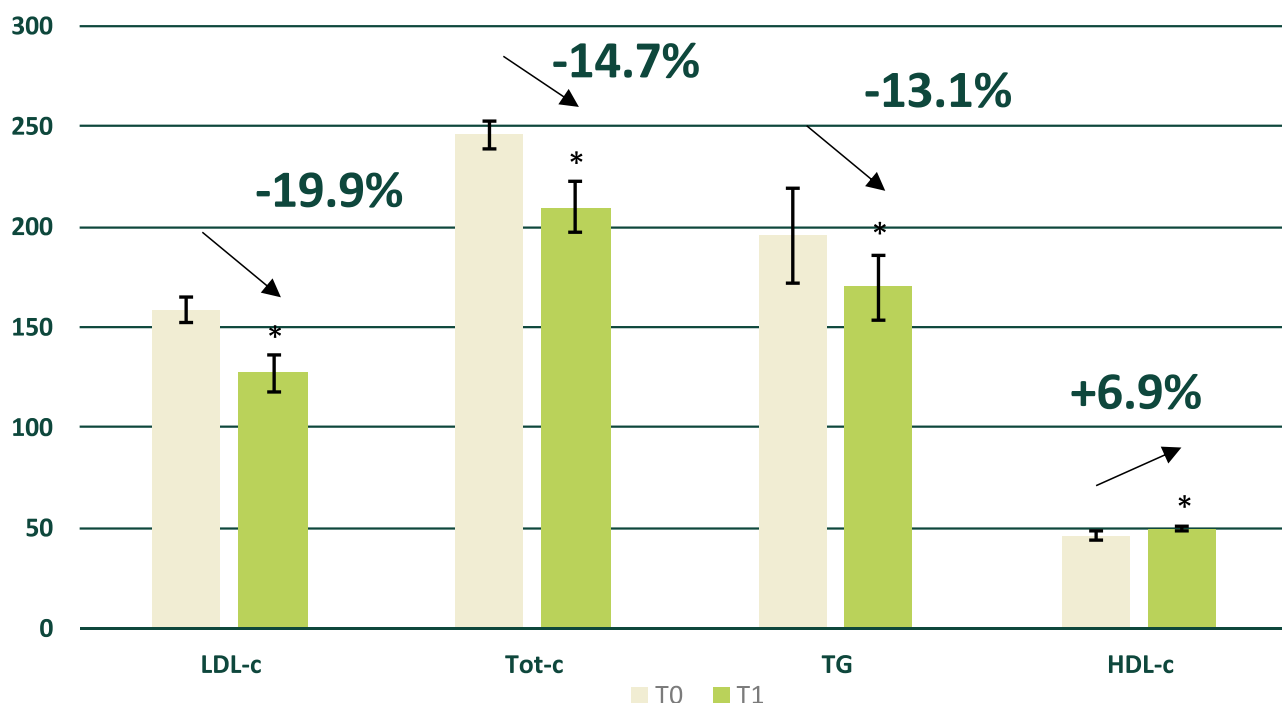
1 Mese di integrazione con 1 compressa al giorno.

*L'effetto benefico si ottiene con l'assunzione giornaliera di almeno 0,8 g di steroli vegetali.

Redulen Colesterolo

IN SOLI 3 MESI DI UTILIZZO

Studio clinico randomizzato, placebo-controllato condotto su 75 soggetti con alterati livelli di c-LDL (115-190 mg/dl)¹



LDL-c: Low-density lipoprotein

TG: Triglyceride

Tot-c: Total Cholesterol

HDL-c: High-density lipoprotein

Bibliografia

1. Fogacci F, Di Micoli V, Veronesi M, Cicero AFG. Comparative effect of a nutraceutical compound based on a flavonoid complex from bergamot on plasma lipids, glucose metabolism, and liver enzymes: a 3-arm, double-blind, placebo-controlled, randomized clinical trial. *Arch Med Sci.* 2022 Sep 9;19(5):1180-1185.
- Di Folco U, et al. A Nutraceutical Phytocomplex of Extracts from Citrus Bergamia and Opuntia Ficus-Indica Improves Lipid Profile in Subjects with Mild Hypercholesterolemia: A Pilot Study. *Ann Med Health Sci Res.* 2023;13:816-822
- Pierdomenico, M., Cicero, A. F. G., Veronesi, M., Fogacci, F., Riccioni, C., & Benassi, B. (2023). Effect of Citrus bergamia extract on lipid profile: A combined in vitro and human study. *Phytotherapy research : PTR*, 37(9), 4185–4195. <https://doi.org/10.1002/ptr.7897>
- Bartella, L., Mazzotti, F., Talarico, I. R., De Luca, G., Santoro, I., Prejanò, M., Riccioni, C., Marino, T., & Di Donna, L. (2022). Structural Characterization of Peripolin and Study of Antioxidant Activity of HMG Flavonoids from Bergamot Fruit. *Antioxidants (Basel, Switzerland)*, 11(10), 1847. <https://doi.org/10.3390/antiox11101847>

Completa la tua integrazione per il **benessere cardio-metabolico**



Per il mantenimento dei normali livelli di colesterolo

Integratore alimentare a base di **Brumex®**, **Nopalis™**, **Fitosteroli** e **vitamina B1**

30 compresse

Per il mantenimento dei normali livelli di glucosio

Integratore alimentare a base **Lemotrin™** e **Cromo**

60 compresse



Senza Lattosio



Senza Glutine



Senza Lattosio



Senza Glutine

esserre



Redulen® Colesterolo contiene **Brumex®**, un estratto brevettato di **bergamotto mediterraneo** (*Citrus bergamia*), ricco di flavonoidi come **naringina**, **neohesperidina** e **hesperidina**. Grazie a oltre 10 anni di studi scientifici, Brumex ha dimostrato di favorire il benessere cardio-metabolico, contribuendo a mantenere il normale metabolismo dei lipidi.

Cerchi una soluzione innovativa per sostenere la salute cardiovascolare e mantenere i livelli normali di colesterolo? Scopri **Redulen® Colesterolo!**



DALLE REGIONI



© freepik.com

Puglia, servizi di qualità



VITO NOVIELLI

Aderenza alla terapia, ricognizione farmacologica, screening: le farmacie pugliesi si muovono compatte ed efficienti con i servizi attualmente disponibili nella Regione. In attesa che si attivi la telecardiologia, ormai in dirittura d'arrivo. Una realtà che può vantare un'assoluta uniformità di livello operativo, come sottolinea il presidente della Federfarma regionale, Vito Novielli

di Carlo Buonamico

In Puglia, ci racconta Vito Novielli, la farmacia dei servizi è particolarmente effervescente e performante. Oltre la metà delle farmacie del territorio sono infatti impegnate nel sensibilizzare cittadini e pazienti sulle opportunità di tutela della propria salute a ora disponibili in Regione.

Presidente Novielli, iniziamo con il ricordare quali sono i servizi erogabili dalle farmacie pugliesi.

L'attività si svolge nell'ambito delle Linee guida della farmacia dei servizi. Al momento le farmacie della Regione sono operative su progetti di aderenza alla terapia in pazienti cronici affetti da ipertensione arteriosa, diabete e broncopneumopatia cronica ostruttiva (Bpco). Questa attività, iniziata la scorsa primavera, si è completata a fine settembre e ha previsto due *follow up* dei pazienti che volontariamente hanno accettato l'invito delle farmacie ad aderire a questa progettualità. Ciò significa che i pazienti arruolati sono stati richiamati per la verifica dell'aderenza terapeutica a 60 e poi a 120 giorni. L'adesione è significativa: hanno partecipato al progetto complessivamente circa 15mila pazienti. È un tentativo davvero concreto per fare un passo in avanti per abituare il paziente cronico a un richiamo sul corretto uso del farmaco, la corretta rispondenza a modalità di assunzione e posologia del medicinale stesso.

Quante farmacie hanno preso parte a queste rilevazioni?

Anche in questo caso i numeri sono importanti: sono attive circa 700 farmacie sulle 1.200 del territorio regionale.

I servizi delle vostre farmacie però vanno oltre l'aderenza terapeutica...

Abbiamo aggiunto anche l'attività di ricognizione farmacologica per i pazienti oncologici. È partita a settembre e si

concluderà a dicembre. Chi è affetto da tumore assume anche farmaci da banco e integratori e il farmacista è chiamato a redigere una vera e propria scheda di sintesi sui farmaci di patologia utilizzati contestualmente o meno con altri principi attivi. L'obiettivo è di consentire al paziente di tornare dal proprio medico con questa scheda per una vera e propria riconciliazione farmacologica. Come nel caso delle rilevazioni dell'aderenza terapeutica, la comunicazione di quanto registrato al proprio medico è in capo al paziente. L'ideale, e la direzione a tendere, sarebbe di inserire questi dati nel Fascicolo sanitario elettronico.

Qual è la remunerazione prevista per le farmacie che erogano questi servizi?

Il servizio relativo all'aderenza terapeutica prevede un rimborso a *step* che arriva a 50 euro per le farmacie urbane se si porta il paziente fino al secondo monitoraggio di cui accennavo prima. Il rimborso sale a 60 euro per le farmacie rurali.

Poi c'è anche l'attività di screening...

In questo momento le farmacie pugliesi sono impegnate in tre *screening*: due in corso – sul tumore al colon-retto e sul diabete non noto – e uno sull'epatite C che partirà nelle prossime settimane. Mi soffermo sullo *screening* del diabete non noto perché i numeri che pensiamo di raggiungere sono ambiziosi: vogliamo riuscire a intervistare 40mila cittadini pugliesi e provare a far emergere quella fetta di persone con patologia sommersa, che spesso viene alla luce quando molti danni sono già stati arrecati. In questo caso il *target* esclude solo chi già è affetto da diabete, le donne in gravidanza e i minori. Siamo fiduciosi di arrivare al risultato prefissato, anche in virtù del fatto che sono già 500 le farmacie che lavorano a questo progetto, molte delle quali stanno performando davvero bene, con centinaia di cittadini già indagati. Complessivamente,

oggi siamo a un quarto dell'obiettivo, con circa 10mila persone intervistate nel primo mese di avvio dello *screening*.

C'è apprezzamento da parte dei cittadini? In altri termini, aderiscono favorevolmente o fate fatica come farmacie?

L'aspetto meno positivo è legato alla comunicazione di queste opportunità, che è ancora carente. La grande vicinanza della farmacia ai cittadini e la motivazione del farmacista unita ai grandi numeri degli ingressi possono supplire a questa criticità. Peraltro, cittadini e pazienti non mostrano segnali di resistenza proprio in virtù del rapporto di fiducia con il proprio farmacista.

Quale peculiarità distingue l'esperienza pugliese della farmacia dei servizi rispetto a quella di altre Regioni?

Mi piace sottolineare l'uniformità del livello di servizio sul nostro territorio regionale, a prescindere dal fatto che si parli di cittadini che si rivolgono a una farmacia urbana o a una rurale. In altre realtà, pur essendoci un accordo regionale, la declinazione dei servizi avviene in modo non omogeneo nelle diverse province.

Chiuderei la nostra chiacchierata chiedendole se può dare conto ai nostri lettori di qualche novità che le farmacie pugliesi proporranno nel prossimo futuro. Cosa può anticipare?

Stiamo lavorando alla possibilità di attivare i servizi di telecardiologia, che ancora non possiamo erogare. In tal senso il dialogo con Regione Puglia è in dirittura d'arrivo. Entro il mese di ottobre contiamo di definire l'accordo e di rendere operativi questi servizi. Anche in questo caso il nostro sforzo è volto a renderlo funzionale all'abbattimento delle liste d'attesa e al beneficio che questa attività può determinare per la sanità territoriale pubblica. ■



La medicina della salute

Con i rappresentanti delle reti di farmacie – di proprietà e dei distributori intermedi – in visita agli stabilimenti del Gruppo Pileje in Francia e a una farmacia parigina dai numeri “insopportabili”, ma in cui c’è tanto da imparare

di Laura Benfenati

Le ha chiamate “insopportabili” le farmacie che in Francia macinano milioni di euro di fatturato – anche 90 – David Syr, *Director executive* di Cegedim Pharma che, nella prima giornata di lavori allo Chateau de la Forest di proprietà dei fondatori del Gruppo Pileje, ha raccontato ai rappresentanti delle reti di farmacie italiane la realtà del canale in Francia. «Qui ci troviamo in un momento chiave che chiamiamo la risincronizzazione delle relazioni commerciali», ha spiegato Syr. «Tutte le farmacie fino al 2020 avevano un fatturato globale di 36 miliardi, ora siamo a 45,6 miliardi, il fatturato medio della farmacia aumenta mediamente del 3,5 per cento tra il 2014 e il 2023: si distribuiscono farmaci molto

costosi, i numeri crescono ma i margini per i farmacisti no. E sui medicinali costosi i rischi sono delle farmacie, perché li acquistano loro, non le Asl. Il numero di farmacie diminuisce cronicamente e dovrebbe stabilizzarsi intorno alle 16.000 entro il 2035 (figura 1)».

Syr ha proseguito raccontando che anche in Francia mancano medici, pediatri e ginecologi, che gli ospedali sono sovraccarichi e che una nuova missione della farmacia richiede tempo e non è così remunerativa immediatamente, serve addestramento e redditività.

«Dal 2017 si fa la vaccinazione antinfluenzale in farmacia ma l’83-84 per cento dei farmacisti non la faceva perché erano molto impegnati: oggi il 60 per cento viene eseguito dalle farmacie, di cui il 91 per cento vaccina e i due

terzi prescrivono anche il vaccino». Inoltre, si consegnano kit di screening e si effettua teleconsulto in una farmacia su quattro, si fanno colloqui con donne incinte (tre minuti a 5 euro), c’è necessità di una proattività per fidelizzare le mamme e accompagnare il neonato, ci si occupa del paziente. Si effettua anche accompagnamento oncologico, con tre colloqui di circa 30-40 minuti pagati 70 euro complessivi. Si effettua il test per lo streptococco e quello per la cistite e si possono prescrivere specifici antibiotici, così come si prescrivono i richiami per i vaccini (non i primi)». Syr ha proseguito spiegando che in Francia ci sono 400 gruppi che gestiscono farmacie (non ne sono proprietari, la legislazione lì non lo consente), il 92 per cento delle farmacie

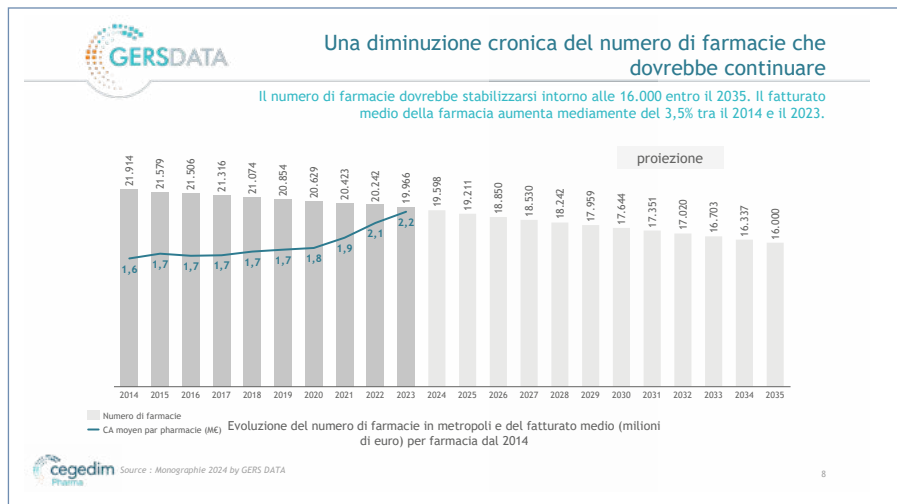


Figura 1

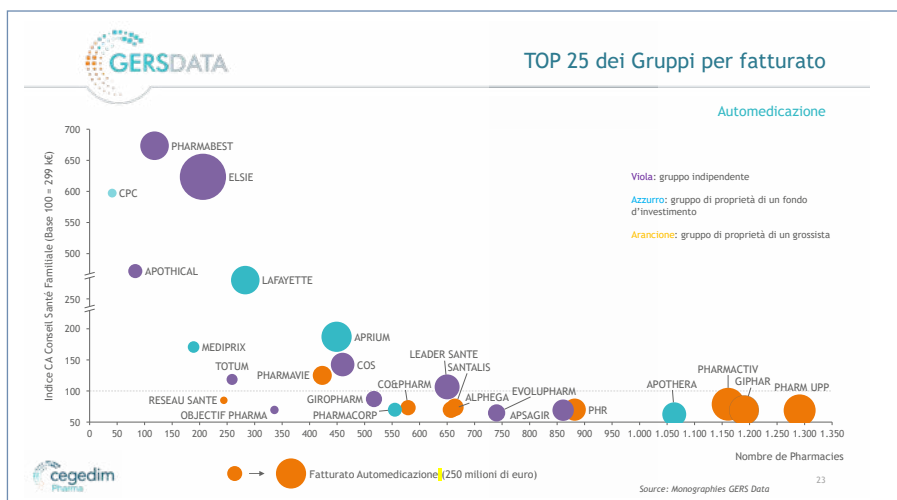


Figura 2

appartiene ad almeno un gruppo e l'8 per cento delle farmacie non affiliate rappresenta il 7 per cento del fatturato totale; tra i 25 gruppi per fatturato dominano Elsie e PharmaBest; alcuni gruppi sono di proprietà dei grossisti, altri di grossisti e fondi, altri di fondi, altri indipendenti: «La prima farmacia in Francia fattura tra i 90 e i 100 milioni; 104 sono oltre i 10. Si rileva un'accelerazione delle grandi farmacie, si deve "accompagnare" il paziente altrimenti vince il commercio *on line*».

QUALITÀ E FORMAZIONE

Il Gruppo Pileje in Francia è leader nella produzione e commercializzazione di integratori e i suoi prodotti sono distribuiti in 40 Paesi. È nato 30 anni fa dall'idea di un medico, Christian Leclerc, che esercitando in una piccola comunità al centro del Paese si è appassionato al tema delle vulnerabilità reversibili, quei disturbi correggibili che, risolti, consentono di arrivare in salute agli 80 anni e oltre: «In Francia ogni anno muoiono 50.000 persone tra i 50 e i 70 anni, prevalentemente per malattie metaboliche cardiovascolari per

Nella foto in basso: i partecipanti alla tre giorni di lavoro allo Château de la Forest, con al centro Alessandro Colombo e Pascaline Gervoson. Sulla sinistra: Colombo con Christian Leclerc



le quali la prevenzione è fondamentale. In Pileje ci concentriamo sugli stati intermedi della salute, quando ancora non c'è malattia e lo facciamo con probiotici, micronutrizione ed estratti vegetali», ci ha raccontato Leclerc, che gestisce l'azienda con sua figlia Pascaline Gervoson, che ne è il direttore generale. «Nel nostro Paese il 59 per cento delle persone ha consumato integratori negli ultimi 24 mesi [in Italia l'80 per cento], il fatturato in farmacia è di 1,5 miliardi [in Italia 3,6 miliardi]», ha spiegato Bruno Mansouraty, direttore commerciale del Gruppo. «Invece di curare la malattia, in Pileje ci occupiamo di salute, con innovazione, formazione, accompagnamento: siamo numeri uno nel mercato francese e miriamo a essere in ogni farmacia. Il farmacista ha una know how per il consiglio degli integratori, noi siamo gli unici ad avere studi clinici sui nostri prodotti, che in Francia sono più di 300, controlliamo tutta la catena di produzione, in un anno organizziamo circa 300 eventi formativi destinati ai professionisti della salute. Manteniamo le promesse con loro e di conseguenza con i pazienti, con buoni consigli e prodotti di qualità». Mansouraty ha proseguito spiegando che la salute non è di proprietà di un'unica categoria ma appartiene a tutti e che l'azienda sta sviluppando una rete di informatori per i medici sia in città sia in ospedale: l'obiettivo è raggiungere 5.000 prescrittori tra medici di famiglia, psichiatri, gastroenterologi e anche ostetriche e creare una forte connessione tra loro e la farmacia, che è il luogo dove si chiedono consigli. «È necessario fare cose differenti dai competitor, noi in Pileje non viviamo di pubblicità, i nostri riferimenti sono i professionisti della salute», ha aggiunto Yoann Gaulmin, Head of innovation marketing del Gruppo. «Il mercato è molto competitivo e non c'è un campione europeo ma aziende con profili differenti. Noi controlliamo la complessità della produzione, abbiamo un legame diretto con i fornitori, produciamo anche per altre aziende del mercato, abbiamo coltivazioni di materie prime. Più che di food supplements ci piace parlare di soluzioni per la



ATELIER PRATIQUE®:
IL «MODELLO PILEJE» CHE AIUTA IL FARMACISTA SU TRE DIMENSIONI DELLE CX

1. **Competenza** scientifica e diagnostica del Farmacista
2. **Personalizzazione della proposta di prodotto**, grazie anche ad una gamma di «soluzioni di salute» PiLeJe altamente specifiche per ogni singolo problema
3. Creazione di un **legame emotivo** farmacista-cliente

PiLeJe

salute: si diventa esperti nel proprio campo perché la competenza deriva dall'esperienza».

LE POTENZIALITÀ DELLA FARMACIA ITALIANA

In Italia Pileje è nota come Biocure e il *General manager* Alessandro Colombo con Paolo Gemelli, *National key account manager* e Sylvie Albouy, *West Europe Director* del gruppo, ha organizzato i tre giorni di formazione con visita agli stabilimenti del Gruppo. «Abbiamo voluto questo primo *Pharmacy meeting* in Francia con i nostri clienti importanti – ha spiegato Colombo – perché è importante parlare della nostra azienda, dei nostri valori, non soltanto attraverso i prodotti e la forza vendita ma anche mostrando come approcciamo il mercato.

Riteniamo di avere infatti competenze distintive, che ci consentono di proporre a medici e farmacisti prodotti di qualità, che possono aiutare i clienti-pazienti a migliorare il proprio stato di salute. La farmacia italiana ha un potenziale enorme nei confronti dei suoi clienti nell'ambito della prevenzione – ha sottolineato il *manager* – con consigli personalizzati e soluzioni individuali e per questo abbiamo voluto un approfondimento e un confronto con la realtà francese. Noi per decisione strategica non abbiamo fatto accordi con alcuna piattaforma di *e-commerce*, perché crediamo che la medicina dei sani richieda la competenza, l'empatia e la conoscenza dei professionisti della salute». ■

UNA FARMACIA PARIGINA

600 metri di esposizione, 2.000 metri in totale e quattro piani: la **Pharmacie Eiffel Commerce di Parigi** ce l'ha raccontata, con i numeri, il titolare Eric Zanea:

- 80 dipendenti di cui 16 farmacisti;
- 20 milioni di fatturato, scontrino medio 30 euro;
- orario 8-21 con 6 giorni e mezzo di apertura;
- 3.000 persone che entrano,
- 2.000 scontrini al giorno;
- 50.000 carte fedeltà.

I medicinali rappresentano il 10 per cento del fatturato, i parafarmaci il 65 per cento e gli integratori il 30 per cento. «Abbiamo ingrandito lo spazio, abbassato le gondole per non creare tunnel per il consumatore come in un supermercato, per noi è importante portare il servizio vicino ai clienti», ha spiegato Zanea. «Abbiamo in farmacia, oltre ai 16 farmacisti, 50 persone a contatto con il pubblico tra naturopati, esperti in dietetica, *coach* sportivo due volte alla settimana, estetista, *make up artist* ecc. Facciamo vaccinazioni, telemedicina, assistenza a pazienti diabetici, *test* per cistite e streptococco, forniamo soluzioni ortopediche, abbiamo creato un'accoglienza per la parte medica, una sala per malati oncologici, una per la dermatologia. Periodicamente organizziamo *masterclass* gratuite su argomenti vari di salute per i nostri clienti. La farmacia per noi è un luogo di vita e vogliamo farla crescere, con formazione, consulenze personalizzate e servizi, perché fuori c'è Amazon»

Noi la chiamiamo
assistenza,
tu la chiami
serenità.

BUSINESS INTELLIGENCE
CGM DATA POWER

COMUNICAZIONE
CGM E-MARKETING

SELF-CHECK OUT
CGM U-SHOP

CONSENSI DIGITALI
CGM E-SIGN

WINGESFAR
CGM STELLA STORE

FIDELIZZAZIONE
E-FIDELITY

TELEMEDICINA
CGM POINT OF CARE

FATTURAZIONE
CGM E-FATTURE

DDT DIGITALI
CGM E-DDT FULL



Noi la chiamiamo
integrazione,
tu lo chiami
controllo totale.

CGM | PHARMAONE

I servizi di CompuGroup Medical per la farmacia



CompuGroup
Medical

I nostri clienti lo sanno: oggi un gestionale completo e integrato e un'assistenza multicanale su cui contare 24/7 è essenziale per una farmacia in continua evoluzione.

Come e quando evolvere lo scelgono i clienti, potendo contare su una gamma completa di soluzioni modulari e adattabili alle loro esigenze.

CGM PHARMAONE: un unico partner per una gestione completa e sicura della tua farmacia.



www.cgm.com/it

GRUPPO

Passoni
EDITORE

30 ANNI AL SERVIZIO DELLA SALUTE



M.D.
MEDICINAE DOCTOR

M.D.
DIGITAL

i FARMA

i FARMA
digital

 **NUTRIENTI** e **SUPPLEMENTI**

Medici generalisti
e specialisti,
farmacisti,
biologi nutrizionisti
e dietisti



IL PROFESSIONISTA, LA NOSTRA RAGIONE.
IL TERRITORIO, LA NOSTRA MISSIONE

La salute e il benessere nascono nel Mediterraneo

Da una filiera tutta italiana, una gamma di nutraceutici di alta qualità a base di prodotti tipici della dieta mediterranea. Per offrire gli stessi effetti positivi sulla longevità e sulla prevenzione

a cura della Redazione

Con oltre 30 referenze in portafoglio e 20 brevetti, Esserre Pharma è un'azienda che opera nel settore della nutraceutica e mira a valorizzare i prodotti tipici della dieta mediterranea, rinomata per i suoi effetti positivi sulla salute cardiovascolare, la longevità e il benessere generale. Numerosi studi scientifici hanno da tempo dimostrato che seguire questo regime alimentare può ridurre il rischio di malattie cronico-degenerative come l'ipertensione o il diabete di tipo 2.

Proprio la promozione di uno stile di vita sano è al centro della mission di Esserre Pharma. Tutto nasce dalle radici: fondata dieci anni fa su iniziativa di due farmacisti con la passione per la galenica, la realtà imprenditoriale ha avuto sin da subito l'obiettivo di rendere disponibili le molecole delle materie prime tipiche del bacino mediterraneo per la produzione di integratori alimentari di filiera 100 per cento italiana certificata e sostenibile. Obiettivo: supportare lo specialista della nutrizione fruttando le potenzialità del nostro territorio, che offre prodotti di primaria qualità nutrizionale. Uno su tutti il bergamotto: chiare evidenze scientifiche, frutto del programma di ricerca di Esserre Pharma, che ha condotto indagini approfondite sulle peculiarità dei propri estratti, confermano infatti gli effetti benefici di questo agrume tipico della Calabria, il primo a essere stato utilizzato dall'azienda per la preparazione di un nutraceutico che, grazie alla sua formulazione unica, aiuta a mantenere livelli normali di colesterolo, trigliceridi e glucosio nel sangue.

Sulla base di questo primo successo e con l'intento di ampliare ulteriormente la propria offerta nutraceutica,

il team di esperti ha in seguito studiato le molecole naturali di altri prodotti responsabili dell'effetto salutistico sull'organismo, come il melograno, noto per il suo effetto positivo su stanchezza e affaticamento, da cui è stato ricavato un estratto dalle proprietà antiossidanti e antinfiammatorie. Attualmente sono allo studio le fibre ricavate dal fico d'India, che hanno proprietà prebiotiche e possono modulare l'assorbimento del colesterolo.

La ricerca e la produzione di Esserre Pharma si focalizzano su cinque aree di interesse specifiche, cui si legano altrettante linee di integratori per una "nutrizione di precisione": immunità ed energia, infiammazione ed edema, benessere psicologico, gastrointestinale e cardio-metabolico.

L'azienda distribuisce i propri prodotti tramite il canale delle farmacie, raggiungendo tutta Italia, diverse aree d'Europa e di recente anche la Cina, attraverso una piattaforma per la vendita diretta.

Un passo importante, questo, verso un mercato internazionale sempre più ampio, che oltre a far conoscere la possibilità di usufruire dei benefici di nutraceutici mediterranei di filiera italiana, consente di valorizzare la terra da cui provengono, già nota e apprezzata in tutto il mondo. www.esserrepharma.com ■



Novità in ambito prevenzione primaria cardiovascolare

Uno studio denominato Palimerica (Parametri Lipidici e Metabolici di Rischio Cardiovascolare) ha messo in luce gli importanti effetti in termini di riduzione del colesterolo LDL e di controllo del metabolismo glucidico di un nuovo composto nutraceutico

di Aldo Luca Albertoni

Lo studio clinico italiano PaLiMeRiCa (Parametri Lipidici e Metabolici di Rischio Cardiovascolare), condotto presso il policlinico San Matteo di Pavia e presentato durante l'ultimo Congresso nazionale della Società Italiana di Cardiologia (Sic), costituisce a oggi un importante passo avanti nel ricorso alla prevenzione primaria come soluzione che potrebbe avere un impatto rilevante in termini numerici per ridurre l'incidenza degli eventi cardiovascolari dovuti in gran parte al mancato controllo dei fattori di rischio. Eventi che in Italia raggiungono circa i 230-240mila casi l'anno, 140mila dei quali sono infarti del miocardio. Lo studio in questione, di cui è primo autore il professor Giuseppe Derosa dell'Università di Pavia - Fondazione IRCSS Policlinico San Matteo, responsabile dell'area Diabete della Società italiana di nutraceutica (Sinut), si è concentrato sull'effetto, in termini di riduzione dei livelli di colesterolo LDL e di controllo del metabolismo glucidico, di un nuovo

composto nutraceutico a base di vari componenti attivi presenti in natura: berberina (130mg), fitosteroli (100 mg), polifenoli dell'olio d'oliva (100 mg), trigonella, conosciuta anche come fieno greco (20 mg) ed estratto di carciofo (75 mg).

LO STUDIO

Si è trattato di un **trial clinico** monocentrico randomizzato in doppio cieco della durata di tre mesi che ha coinvolto 36 soggetti (uomini e donne di età superiore ai 18 anni), i cui criteri di inclusione prevedevano livelli di colesterolo LDL compresi tra 115 e 190 mg/dl e una glicemia a digiuno con valori compresi fra 100 e 125 mg/dl, oltre a trigliceridi pari a 150 mg/dl, una circonferenza vita di 88-102 cm a seconda che si trattasse di una donna o di un uomo, e una pressione arteriosa inferiore a 140/90 o in trattamento.

Dopo una prima fase di **screening** di quattro settimane, in cui è stato chiesto ai partecipanti, suddivisi in due gruppi uguali

di 18 persone ciascuno, di seguire semplicemente una dieta controllata a basso contenuto lipidico, si è provveduto a somministrare loro, dopo cena, le capsule del nuovo prodotto, rispettivamente una o due a seconda del gruppo di appartenenza. Spiega Derosa: «Dopo la fase di reclutamento è stato fatto un primo prelievo al basale, seguito da un nuovo prelievo dopo il primo e terzo mese dall'inizio del trattamento, allo scopo di verificare non solo il profilo lipidico, la glicemia e l'insulinemia, ma anche parametri di sicurezza quali creatininemia, per stimare la funzionalità renale, transaminasi, per quella epatica, creatinfosfochinasi (CPK) per la funzionalità muscolare. Oltre ai valori di acido urico, è stato calcolato anche l'indice Homa per la valutazione dell'insulino-resistenza».

I RISULTATI

Al termine dell'osservazione i **risultati** sono stati molto positivi, come conferma il ricercatore: «Abbiamo osservato, in



© freepik.com

primis, una diminuzione dei livelli di colesterolo totale e LDL. Per quanto riguarda il colesterolo LDL, la riduzione nei soggetti che assumevano una capsula al giorno è stata di 22,1 mg/dl (pari a una diminuzione percentuale di 14) e di 27 mg/dl (-11 per cento) del colesterolo totale mentre nel gruppo che assumeva due capsule, si è registrata una riduzione del colesterolo LDL di 40 mg/dl (-25 per cento) e di 45,2 mg/dl (-19 per cento) del colesterolo totale. Lo studio ha dimostrato anche l'efficacia di questa composizione nutraceutica – che sfrutta più meccanismi d'azione – nella riduzione di altri parametri, come la diminuzione significativa dei trigliceridi (-17 per cento) e il calo della glicemia a digiuno, con il ritorno a valori nella norma per la maggior parte dei partecipanti allo studio, oltre che dell'indice di insulino-resistenza.

Anche per quanto riguarda la tollerabilità, nessuno dei parametri di sicurezza monitorati è risultato alterato nei soggetti studiati, che hanno mostrato

un'ottima tollerabilità dall'uso del nuovo prodotto. Nel corso dei tre mesi, infatti, non si sono verificati eventi avversi su reni, fegato e muscoli».

CONCLUSIONI

Questi risultati indicano che la complementarietà del meccanismo d'azione e il sinergismo tra i vari componenti del nutraceutico testato si è dimostrato in grado di migliorare il profilo metabolico di persone sane che presentano un aumento lieve (appena oltre i limiti di normalità) o moderato dei livelli di colesterolo LDL e della glicemia, laddove il medico non ritenga opportuna la somministrazione di un farmaco o dove quest'ultimo non sia tollerato, ma in cui è comunque importante perseguire il prima possibile una normalizzazione dei valori fuori target, raccomandando sempre un corretto stile di vita.

Un'esposizione prolungata a livelli elevati di colesterolo (ipercolesterolemia) ha infatti un impatto negativo in termini di rischio di sviluppare eventi

cardiovascolari, come ictus e infarti. Per comprenderne l'importanza della prevenzione primaria è importante ricordare come la riduzione di soli 40 mg/dl dei livelli di colesterolo LDL si traduce in una riduzione del 20 per cento del rischio cardiovascolare. ■

I DATI DI NOVITÀ DI LDL OSSIDATE E PCR

Circa il ruolo delle LDL ossidate e della PCR (proteina C reattiva) nella formazione delle placche ateromatose, recenti studi hanno dimostrato che l'ossidazione delle LDL è la principale modificazione aterogena delle lipoproteine. Le LDL ossidate intervengono fin dall'inizio del processo aterosclerotico avviandone i numerosi meccanismi nelle pareti arteriose. **Dallo studio Palimerica è emersa una riduzione delle LDL ossidate**, rispettivamente di 9,9 mg/dl (-25,4 per cento) nel gruppo 1 (1 capsula/die) e di 15,4 mg/dl (-39,4 per cento) nel gruppo 2 (2 capsule/die).

Per quanto concerne la PCR, invece, un'inflammatione di basso grado è presente in tutti gli stadi dell'aterosclerosi, dalla progressione alla rottura della placca e alle complicanze trombotiche, e la PCR ne è il marker più rappresentativo. Un valore di PCR-hs (PCR altamente specifica) maggiore di 0,3 mg/dl si associa a un aumento del rischio cardiovascolare (RC) del 50-100 per cento rispetto a valori minori 0,1 mg/dl. L'inflammatione può essere ritenuta responsabile del rischio residuo che permane dopo il controllo di altri importanti fattori di rischio quali diabete, ipertensione, fumo, obesità, stile di vita non salutare, stress, malattie infiammatorie croniche, basso strato socioeconomico. **Sempre lo studio Palimerica ha evidenziato una riduzione della PCR** rispettivamente di 0,04 mg/dl (-12,5 per cento) nel gruppo 1 e di 0,11 mg/dl (-29,7 per cento) nel gruppo 2.

Mediterranean Nutrition Science Academy: bilancio di un anno di formazione

Si avviano al termine i corsi ECM 2024 promossi da Esserre per promuovere la scienza della nutrizione mediterranea come strumento per la prevenzione e la salute. Dedicata a professionisti e giovani laureati, l'Academy offre competenze scientifiche e pratiche per costruire un approccio olistico e interdisciplinare alle problematiche cliniche

a cura della Redazione

A un anno dalla sua presentazione, tenutasi a ottobre 2023 a Milano in occasione di Spazio Nutrizione, chiediamo a Costanza Riccioni, responsabile R&D di Esserre, un bilancio dell'attività della Mediterranean Nutrition Science Academy, che si avvia a terminare il primo percorso formativo con la fine del 2024.

Dottoressa Riccioni, perché un'Academy sui temi della nutrizione mediterranea?

La creazione di un'Academy su questi contenuti è fondamentale, poiché risponde a diverse esigenze attuali sia in ambito clinico sia in ambito formativo per i professionisti della salute. La Mediterranean Nutrition Science Academy ha l'obiettivo di promuovere la scienza della nutrizione mediterranea come strumento principale per una vita sana e longeva. Tra le iniziative per raggiungere questo obiettivo, la MNS Academy propone corsi di formazione ECM rivolti ai professionisti della salute, tra cui biologi nutrizionisti, dietisti, medici e giovani neolaureati, interessati ad approfondire e applicare il modello di nutrizione mediterranea nelle loro pratiche quotidiane.

Perché la dieta mediterranea?

Perché è riconosciuta a livello mondiale per i suoi benefici sulla salute, grazie alla sua capacità di prevenire malattie croniche come quelle cardiovascolari e metaboliche, oltre a migliorare il benessere generale del paziente. I nostri corsi ECM, tenuti da esperti universitari e nutrizionisti clinici, offrono ai professionisti del settore l'opportunità di specializzarsi in un approccio che è radicato nelle tradizioni

alimentari ma che, al contempo, evolve in risposta alle più recenti evidenze scientifiche.

Quali sono gli obiettivi di formazione?

Quello principale è aiutare i nutrizionisti nella presa in carico dei pazienti che necessitano di supporto dietoterapico, integrando i principi della nutrizione di precisione con quelli della dieta mediterranea. Questo approccio personalizzato si basa su protocolli scientifici aggiornati e si propone di migliorare la qualità della vita del paziente attraverso la corretta elaborazione di piani nutrizionali. Inoltre, l'Academy promuove un'importante collaborazione interdisciplinare tra nutrizionisti e altre figure chiave come i medici di medicina generale, specialisti e farmacisti. Questo rende l'Academy una risorsa cruciale per costruire un approccio olistico e integrato alla salute pubblica, supportando la prevenzione primaria e affrontando le problematiche legate alla nutrizione in ambito clinico, come le malattie gastrointestinali, il supporto oncologico, i fattori di rischio cardiometabolici e il miglioramento del tono dell'umore.

Quali sono i temi affrontati?

L'Academy non solo fornisce formazione teorica e pratica su tematiche specifiche, come la salute della donna, il ruolo degli integratori alimentari e le patologie gastrointestinali, ma crea anche un ambiente di apprendimento innovativo e dinamico. In questo modo, offre ai partecipanti competenze avanzate e strumenti pratici per esercitare la professione con successo, migliorando la propria capacità di consiglio. In sintesi, un'Academy

sulla nutrizione mediterranea risponde alla crescente necessità di avere professionisti della salute che sappiano affrontare le sfide nutrizionali moderne con competenze scientifiche, cliniche e pratiche, basate su uno dei modelli alimentari più salutari e riconosciuti al mondo.

Da chi è composta l'Academy?

La Mediterranean Nutrition Science Academy è composta da un team di esperti altamente qualificati, provenienti da diversi ambiti della nutrizione e della medicina:

- Responsabile scientifico: **Roberto Mele**, coordinatore area Biologia della nutrizione, IRCCS Ospedale San Raffaele, Milano
- Coordinatore scientifico: **Livia Galletti**, biologa nutrizionista, membro comitato centrale FNOB, delegata nutrizione FNOB
- Docente: **Maria Daglia**, professore ordinario di Chimica degli alimenti, dipartimento di Farmacia, Università Federico II, Napoli
- Docente: **Valentina Ferri**, medico specialista in Scienza dell'alimentazione, IRCCS Istituto nazionale dei tumori, Milano

Come si articola l'attività?

Il percorso di studio offerto dalla Mediterranean Nutrition Science Academy ha una durata annuale ed è progettato per fornire una formazione completa e approfondita ai professionisti della salute in ambito nutrizionale. Il corso è accreditato ECM e conferisce 50 crediti formativi al termine del programma. Parte delle lezioni si svolge in aula con sessioni teoriche e pratiche. Queste lezioni frontali permettono ai partecipanti di interagire direttamente con docenti e colleghi, favorendo lo scambio di idee e l'apprendimento collaborativo. Le lezioni in presenza sono arricchite da laboratori pratici e *workshop* per applicare immediatamente le competenze acquisite. Oltre alle lezioni in presenza, il corso include moduli digitali accessibili *on line*. Questi ultimi consentono ai partecipanti di studiare in modo flessibile, compatibilmente con i propri impegni professionali, e offrono materiali didattici interattivi come video lezioni, esercitazioni e quiz per consolidare le conoscenze. Un aspetto chiave sono i momenti di *networking* organizzati tra i partecipanti, che si rivelano estremamente utili per lo scambio di informazioni e condivisione di esperienze tra i professionisti. Questi momenti favoriscono la costruzione di una rete di contatti che consente ai partecipanti di collaborare e confrontarsi su casi clinici reali e strategie nutrizionali, promuovendo una crescita professionale continua.

A chi si rivolge?

Il percorso formativo della Mediterranean Nutrition Science Academy è rivolto a una vasta gamma di professionisti della salute e a giovani laureati che operano o desiderano operare nell'ambito della nutrizione. In particolare, i destinatari principali sono: biologi nutrizionisti, dietisti, medici, giovani neolaureati e studenti in formazioni post-laurea. Questo percorso formativo è ideale per coloro che desiderano acquisire competenze avanzate nel campo

della nutrizione territoriale, sviluppando capacità di collaborazione con altri professionisti della salute, come medici e farmacisti, per garantire una presa in carico completa e interdisciplinare del paziente.

Quali risposte state ricevendo dai professionisti?

Estremamente positive. I professionisti della salute sottolineano l'utilità del mix tra teoria e pratica che caratterizza il corso. Lezioni frontali, laboratori pratici e *workshop* interattivi forniscono strumenti immediatamente applicabili nella pratica quotidiana, arricchendo le competenze dei partecipanti. Molti hanno lodato la presenza di docenti altamente qualificati, tra cui professori universitari e nutrizionisti esperti nel campo clinico. La loro esperienza permette di affrontare temi complessi in maniera chiara e approfondita, facendo emergere le ultime evidenze scientifiche e le migliori pratiche. Un altro aspetto particolarmente apprezzato è la possibilità di partecipare a momenti di *networking*: il confronto diretto su casi clinici e lo scambio di esperienze hanno arricchito notevolmente il percorso formativo, favorendo la creazione di una rete di contatti utile per future collaborazioni. In sintesi, i partecipanti riconoscono la Mediterranean Nutrition Science Academy come un'importante risorsa per la loro crescita professionale, grazie alla combinazione di contenuti aggiornati, metodologia interattiva e una forte rete di supporto tra i professionisti.

Attraverso quali canali è possibile essere aggiornati sulle diverse iniziative?

I principali canali includono il *provider* AKESIOS che è la fonte principale di informazioni riguardanti il programma del corso, le modalità di iscrizione e gli aggiornamenti su nuove iniziative. Il *provider* fornisce dettagli sui crediti ECM, sugli obiettivi del corso e sulle modalità di partecipazione, sia per i corsi in presenza sia per quelli *on line*. Vi è poi il canale LinkedIn ufficiale dell'Academy e le *newsletter* con le quali i partecipanti possono ricevere aggiornamenti periodici direttamente nella loro casella di posta elettronica. Attraverso la *newsletter*, vengono inviate informazioni su nuove edizioni del corso, eventi speciali, seminari tematici e articoli scientifici di interesse.

Quali, infine, le attività in corso e quelle più imminenti?

Attualmente, la Mediterranean Nutrition Science Academy si avvia alla conclusione del percorso formativo per l'anno 2024. I partecipanti stanno completando le ultime lezioni, i seminari specialistici e le attività di Formazione a Distanza (FAD) necessarie per l'acquisizione dei 50 crediti ECM. Questa fase conclusiva include anche gli esami finali e la valutazione delle competenze acquisite. In occasione del congresso Spazio Nutrizione, sono stati presentati i programmi formativi per il 2025. Gli interessati sono invitati a seguire i canali ufficiali dell'Academy per maggiori dettagli su queste promozioni e sull'apertura delle iscrizioni per il 2025, così da assicurarsi un posto nel nuovo ciclo formativo. ■

Enterogermina Integratori Alimentari e Save the Children: insieme per un futuro più sano

Dalla partnership è nato il progetto “Viva la Pancia”, un programma di educazione su igiene, salute e corretta alimentazione, per offrire un orizzonte migliore ai minori che vivono in contesti di vulnerabilità

In Italia sono oltre 1,3 milioni (dato Istat 2023 recentemente diffuso) i bambini che crescono in condizioni di povertà sia materiale sia educativa. Questa realtà non solo priva i bambini delle risorse economiche necessarie, ma li esclude anche da opportunità fondamentali per il loro sviluppo, come l'accesso a un'istruzione

di qualità, a cure mediche adeguate e a un ambiente che ne favorisca il benessere.

È proprio da questo contesto che nasce la collaborazione tra Enterogermina Integratori Alimentari, che si occupa del benessere intestinale di tutta la famiglia, a partire dai bambini,

e Save the Children, la più importante organizzazione internazionale indipendente che da oltre 100 anni lotta per salvare le bambine e i bambini a rischio e garantire loro un futuro. L'obiettivo è quello di sensibilizzare ed educare bambini, famiglie e comunità su temi cruciali come igiene, salute e nutrizione, aspetti che incidono profondamente sulla crescita e sul futuro dei più piccoli.

“Viva la pancia”, per educare i più piccoli in maniera attiva e coinvolgente...

Enterogermina Integratori Alimentari promuove da sempre l'equilibrio della flora intestinale come elemento





essenziale per il benessere generale, particolarmente importante fin dall'infanzia. Un intestino in equilibrio contribuisce infatti al benessere fisico e mentale, influenzando positivamente lo sviluppo dei bambini e la loro qualità della vita, specialmente in contesti vulnerabili.

Questa missione si concretizza nel progetto "Viva la Pancia", sviluppato all'interno di alcuni dei 26 Punti Luce, spazi ad alta densità educativa, che Save the Children ha creato nelle periferie maggiormente svantaggiate delle città italiane. All'interno di questi spazi, è possibile usufruire di diverse attività, tra cui sostegno allo studio, laboratori artistici e musicali, promozione della lettura, accesso alle nuove tecnologie, gioco e attività motorie.

Il progetto "Viva la Pancia" è un programma di educazione su igiene, salute e corretta alimentazione presentato in modo divertente e coinvolgente per i bambini, che imparano attraverso dieci lezioni interattive. Si passa dallo scoprire cosa sono i batteri cattivi e come difendersi da essi, a quali sono invece quelli buoni e a cosa servono, fino a imparare cosa significhi mangiare sano e in modo equilibrato. Gli strumenti chiave utilizzati nel progetto sono il kamishibai, una forma di narrazione giapponese che utilizza le illustrazioni per raccontare storie ed esperimenti scientifici. Grazie a questi metodi, i bambini non solo ascoltano ma partecipano attivamente, apprendendo attraverso il gioco e la sperimentazione, con il supporto di educatori e volontari che contribuiscono con entusiasmo alla loro crescita. "Viva la Pancia" mira a raggiungere circa 1.800 persone tra bambini, genitori, insegnanti e volontari, con l'obiettivo di promuovere una maggiore consapevolezza riguardo alla salute e al benessere.

Portare l'assistenza socio sanitaria dove è più carente

Un altro elemento cruciale della collaborazione tra Enterogermina



Integratori Alimentari e Save the Children è rappresentato dalla costituzione di Unità Sanitarie Mobili, unità socio sanitarie che offrono servizi di vario tipo, come consulenze psico sociali e pediatriche, diffusione di buone pratiche d'igiene e alimentazione, espressamente dedicati all'infanzia. La prima unità sanitaria mobile è stata fornita a un quartiere nella periferia di Palermo con l'obiettivo di fornire visite pediatriche gratuite, garantendo ai bambini un accesso diretto alle cure mediche di cui hanno bisogno. Oltre all'assistenza sanitaria, le Unità Mobili promuovono anche, in maniera diffusa sui territori, attività di educazione sulla corretta alimentazione, la prevenzione e le buone pratiche di igiene, contribuendo a migliorare il benessere delle comunità.

Enterogermina Integratori Alimentari e Save the Children sono impegnati a mantenere questa collaborazione nel tempo con l'obiettivo di coinvolgere le farmacie, che potranno contribuire ad amplificare la portata del progetto facendosi anche loro portavoce dell'iniziativa per sensibilizzare sempre più persone. ■

Chi va e chi viene



MATTEO BARATTA

LABORATOIRE NATIVE ITALIA HA UN NUOVO SALES MANAGER

Matteo Baratta ha assunto la carica di *sales manager* per Native Italia, che riunisce i *brand* Lierac, Phyto, Roger&Gallet e Jowaé. Forte di diverse esperienze nei settori commerciale, *marketing* ed *e-commerce* in gruppi come L'Oréal ed Estée Lauder,

Matteo Baratta è approdato in Laboratoire Native nel 2023 come *sales area manager*, occupandosi della gestione della rete vendita nord-ovest. Nel suo nuovo incarico, Baratta si occuperà del coordinamento del *team* commerciale e contribuirà all'ulteriore affermazione sul mercato del *brand* del gruppo e allo sviluppo dei diversi canali di distribuzione. <https://promozioni.laboratoirenative.it>

UN MANUALE PRATICO PER FARMACISTI E STUDENTI

Uno strumento pragmatico e aggiornato (fine luglio 2024) per il farmacista che opera in una farmacia di comunità, oltre che per lo studente in farmacia e CTF. Si tratta di *Manuale per il farmacista: normativa dei medicinali e dei prodotti per la salute* (Graphot Editrice) di Francesca Baratta e Paola Brusa. Nel testo sono presenti, tra le altre cose, una trattazione dettagliata della gestione dei medicinali stupefacenti in farmacia, indicazioni specifiche in merito alla spedizione di tutte le ricette mediche, sia in ambito umano sia veterinario, e una trattazione della legislazione inerente al laboratorio galenico, oltre a un'analisi della normativa relativa ad alimenti,

integratori alimentari e cosmetici.

I diritti d'autore vengono versati all'organizzazione di volontariato *Aid Progress Pharmacist Agreement* (Appa Odv) che si occupa, nell'ambito della cooperazione sanitaria internazionale, dell'apertura di laboratori galenici in strutture sanitarie in Africa e America Latina.

www.graphot.com

Francesca Baratta e Paola Brusa

MANUALE PER IL FARMACISTA:
NORMATIVA DEI MEDICINALI
E DEI PRODOTTI PER LA SALUTE



1 Edizione

Teva Italia premia cinque progetti per l'umanizzazione delle cure

Nell'ambito del progetto *Humanizing Health Awards*, Teva Italia ha premiato cinque associazioni *non profit* che si impegnano a migliorare il percorso di cura dei pazienti e dei loro *caregiver* attraverso progetti innovativi e solidali. L'iniziativa rappresenta un riconoscimento concreto dell'impegno delle associazioni nella creazione di reti di supporto per pazienti e famiglie, offrendo un contributo decisivo nel rendere più umani i percorsi di cura e garantendo un approccio integrato e completo alla salute. I vincitori, selezionati tra 60 partecipanti, hanno ricevuto una donazione di 10.000 euro ciascuno e sono: Associazione ClinicaMente, Wamba e Athena, Comitato Maria Letizia Verga e Soleterre.

Il quinto premio, novità di questa edizione, dedicato al miglior progetto di sostegno ai *caregiver*, è stato vinto da "Un respiro nel futuro". Nel corso della cerimonia di premiazione è stato sottolineato come l'umanizzazione delle cure non debba concentrarsi solo sugli aspetti medici, ma anche su quelli emotivi, psicologici e relazionali. Il ministro per le Disabilità, Alessandra Locatelli, in una lettera di apprezzamento ha ricordato che le persone non devono essere definite dalla loro malattia, ma hanno bisogno di relazioni e affetti per affrontarla al meglio. Anche Annarosa Racca, presidente di Federfarma Lombardia, ha lodato il valore delle associazioni premiate, sottolineando la collaborazione tra farmacie e realtà *non profit* per il miglioramento della qualità della vita dei pazienti. Il programma *Humanizing Health Awards* è parte della strategia ESG (ambientale, sociale e di *governance*) di Teva Italia, che da anni promuove e sostiene iniziative a favore delle comunità locali. www.tevaitalia.it



Dicloream ICE *main sponsor* degli azzurri del *parkour*



Alfasigma, azienda farmaceutica italiana con una lunga storia nello sviluppo di soluzioni terapeutiche innovative, diventa *main sponsor* della nazionale italiana di *parkour*. Grazie all'accordo siglato con Federginnastica, per tutto il 2024 gli atleti della Nazionale di *parkour*, la disciplina più giovane della federazione, indosseranno la maglia con il logo di Dicloream ICE, prodotto studiato per alleviare la sensazione di stanchezza muscolare post attività fisica e sportiva. Dicloream ICE avrà l'importante compito di accompagnare fino alla fine dell'anno l'argento iridato nello *speed* Andrea Consolini e i suoi compagni nelle varie competizioni, tra cui i Mondiali di Kitakyushu, in programma il prossimo novembre. «Siamo contenti e orgogliosi di affiancare il nostro nuovo prodotto a uno sport in ascesa con cui condivide i valori di innovazione, spettacolarità e freschezza – sottolinea Caterina Mondini, *brand manager* Dicloream – sarà un'opportunità per dare ulteriore visibilità a Dicloream ICE, ideale per gli sportivi e per chi svolge attività fisiche, e per sostenere un'emozionante disciplina che sta coinvolgendo sempre più appassionati in Italia». La prima uscita ufficiale del nuovo binomio FGI - Dicloream ICE è stata la tappa di Coppa del Mondo appena conclusasi a Coimbra, in Portogallo, dove gli azzurri Lautaro Chialvo, Luca Demarchi e Andrea Consolini hanno conquistato un oro e due argenti, sia nel *freestyle* che nello *speed*. www.dicloream.it

CGM E MARE INNOVATION HUB, INSIEME PER UNA TRASFORMAZIONE SANITARIA BASATA SULL'IA

CompuGroup Medical (CGM) ha annunciato una *partnership* strategica con MARE Innovation Hub, con l'obiettivo di rivoluzionare il settore sanitario attraverso l'intelligenza artificiale. Il progetto MARE, nello specifico, è un *campus*, situato al Lido di Venezia, la cui inaugurazione è prevista per la fine del 2027, dedicato allo sviluppo di soluzioni sanitarie avanzate basate sull'IA. Lanciato dal fondatore di CGM, Frank Gotthardt, l'iniziativa mira a sfruttare l'innovazione tecnologica per migliorare la diagnostica, la gestione dei pazienti e l'efficienza operativa, mettendo al centro il benessere di pazienti e professionisti. Il *campus*, costruito nell'area dell'ex Ospedale al Mare, includerà 900 postazioni di lavoro e 200 appartamenti, oltre a servizi come asili, palestre, ristoranti e un teatro. Ospiterà sviluppatori *software*, esperti di IA e ingegneri dati, attratti anche dalle sinergie culturali e accademiche offerte dalla città di Venezia e dalle collaborazioni con università e centri di ricerca locali. Sarà CGM Italia a guidare la *partnership* con MARE, mentre il *campus* rimarrà aperto a collaborazioni con altre aziende e *stakeholder*, favorendo un ambiente di cooperazione. MARE Innovation Hub sarà anche sede di un TechnoPark, concepito per promuovere creatività e innovazione, e di *start-up* e centri di ricerca per attrarre talenti internazionali. Il *campus* disporrà di un vasto archivio di dati sanitari aggregati, fondamentali per l'elaborazione di sistemi IA sofisticati e per la commercializzazione di nuove tecnologie nel campo della medicina personalizzata. «Con la creazione dell'*innovation campus* a Venezia, lo spirito inventivo che abbiamo ereditato dal passato si unisce alla creatività illimitata che ci offre il futuro», ha sottolineato Frank Gotthardt. «Proprio qui, dove un tempo le rotte commerciali tracciavano i cambiamenti nel mondo, ora l'intelligenza artificiale, l'innovazione e la cooperazione internazionale stanno aprendo nuove strade e creando un ponte tra la tradizione e l'eccellenza tecnologica». www.cgmm.com/it





ABBIAMO TRACCIATO IL **FUTURO**...


ABIOGEN
PHARMA



CLASSE A NOTA 96 - RR



Gocce
orali € 5,42



2 Flaconcini
monodose € 8,10



2 Flaconcini
monodose € 15,34



CLASSE C - RR



30 Capsule
rigide € 10,50



ANCHE IN
CAPSULE

AL TUO FIANCO, **SEMPRE.**


ABIOGEN
PHARMA

Una fuga a Firenze

Firenze è la città ideale in cui concedersi un *minibreak* autunnale, tra arte, cultura e buona cucina. E anche la scelta dell'hotel contribuisce a creare la giusta atmosfera: Il Tivoli Palazzo Gaddi, situato in pieno centro storico, è un esempio di architettura rinascimentale, con interni ricchi di opere d'arte e affreschi. Riaperto dopo una ristrutturazione di due anni, offre 86 camere, inclusa una suite presidenziale con terrazza panoramica sul Duomo e sei sale da ballo con magnifici soffitti affrescati. Il ristorante *Terrae*, guidato dalla chef stellata Iside De Cesare, celebra la cucina toscana e italiana, mentre il *Secret Garden* è un vero e proprio giardino d'inverno dall'atmosfera magica. Per un aperitivo con vista il luogo ideale è il rooftop bar *Aria*, mentre il *Milton Bar*, ispirato al poeta John Milton, che proprio qui ebbe l'ispirazione per scrivere *Il Paradiso Perduto*, offre uno spazio accogliente con il suo caratteristico caminetto e la biblioteca. Tra le diverse esperienze proposte, ci sono una cena romantica a lume di candela in una delle sale da ballo o un corso di cucina con De Cesare. www.tivolihotels.com



© www.tivolihotels.com

Troppo presto per pensare a Capodanno?

Ci siamo appena lasciati alle spalle Ferragosto e già la domanda più gettonata nelle conversazioni con amici e conoscenti è: "Cosa fai a Capodanno"? Ed è effettivamente già tempo di pensarci, perché il periodo è molto gettonato e chi desidera accaparrarsi un posto al sole (o sulla neve) deve affrettarsi. Le scelte sono infinite, ma tra le più adatte per il periodo figurano sicuramente la Thailandia, per respirare la bellezza esotica delle sue isole nel pieno del nostro inverno boreale, e le Maldive, visto che questo, dal punto di vista meteorologico, è il periodo migliore per andarci. Chi ama lo *shopping*, il *design* e l'architettura non può rinunciare a passare la fine dell'anno a Dubai, situata in un contesto avveniristico tra mare e deserto, o a New York, un assoluto classico per le festività natalizie: cosa c'è di più emozionante del *countdown* di mezzanotte a Times Square, per iniziare l'anno nuovo? Tutte queste proposte, e molte altre, sono incluse nel catalogo di Kibo. www.kibotours.com



© tawatchat07/freepik.com

MOSTRE IN ITALIA

MUNCH. Il grido interiore

Milano. Mostra attesissima, che offre un'opportunità unica per esplorare l'opera di uno dei più grandi interpreti della pittura europea tra XIX e XX secolo. Segnato da gravi lutti familiari, il norvegese Edvard Munch canalizzò la sua sofferenza in un'estetica visionaria e malinconica, in sintonia con il Simbolismo. L'esposizione, in collaborazione con il Munch Museet di Oslo, ripercorre la sua carriera, evidenziando l'influenza esercitata su di lui da artisti come Toulouse-Lautrec, Gauguin e Van Gogh. A Palazzo Reale, fino al 26 gennaio 2025; www.palazzorealemilano.it



Edvard Munch, *The Girls on the Bridge*, 1927. Foto: MUNCH



Fernando Botero, *Ballerina alla sbarra*, 1988.

BOTERO

Roma. La capitale celebra il maestro colombiano Fernando Botero con una grande mostra a Palazzo Bonaparte, che cade esattamente un anno dopo la sua morte. Incentrata sulla sua pittura figurativa, e immediatamente riconoscibile per le forme esuberanti, i colori accesi e le atmosfere fantastiche e iperrealistiche, esplora i temi più cari a Botero, come il circo, la natura morta, la corrida e la religione. L'esposizione presenta 120 opere

tra dipinti, acquerelli e sculture, inclusi due straordinari inediti: *Omaggio a Mantegna* e *La meniña (After Velázquez)*. A Palazzo Bonaparte, fino al 19 gennaio 2025; mostrepalazzobonaparte.it

HELEN FRANKENTHALER.

Dipingere senza regole

Firenze. La più ampia retrospettiva italiana dedicata a Helen Frankenthaler, figura chiave dell'espressionismo astratto americano che ha contribuito al passaggio al *Color Field painting*, ridefinendo i confini della pittura astratta con una nuova libertà espressiva. La mostra esplora la sua produzione dagli anni Cinquanta ai primi Duemila, mettendo le sue opere in dialogo con artisti come Pollock, Rothko e Motherwell.

A Palazzo Strozzi, fino al 26 gennaio 2025; www.palazzostrozzi.org



Helen Frankenthaler, *Open Wall*, 1953 © 2023 Helen Frankenthaler Foundation, Inc./Artists Rights Society (ARS), New York/SIAE, Roma



© freepik.com

Genova a tutta scienza

Il Festival della Scienza di Genova (24 ottobre - 3 novembre), giunto alla sua ventiduesima edizione, è una delle iniziative di divulgazione scientifica più importanti d'Italia, che attira ogni anno appassionati, studenti e famiglie con un vasto programma di eventi che spaziano dalla ricerca scientifica alle interazioni tra scienza, filosofia, arte e letteratura. Il tema 2024 è "Sfide", con una riflessione sulle grandi questioni della scienza e del futuro. Ad animare il festival, che l'anno scorso ha registrato oltre 200mila presenze, confermando il suo ruolo di primo piano nella diffusione della cultura scientifica, saranno mostre, laboratori, conferenze, spettacoli ed esperienze interattive, organizzati in percorsi tematici e distribuiti in luoghi simbolici della città. www.festivalcienza.it

golosaria

Tra tradizione e futuro

Golosaria Milano, rassegna ideata dall'autore de *Il Golosario*, Paolo Massobrio, è uno degli appuntamenti più importanti del panorama enogastronomico italiano, che celebra il cibo e il vino non solo come piacere del palato, ma come parte integrante della cultura, della storia e del futuro del nostro Paese. L'edizione di quest'anno, "Territori, identità e futuro", si terrà dal 2 al 4 novembre presso la Fiera di Rho-Pero. L'evento si articolerà in quattro aree tematiche: Food, con un palinsesto di *showcooking* che coinvolgerà chef e produttori; Wine, con la presenza di circa 150 produttori e una serie di *masterclass* a tema; Mixo, lo spazio dedicato alla *mixology*; Cucine di strada, uno sguardo contemporaneo sulla tradizione del cibo di strada. La manifestazione è anche l'occasione per richiamare l'attenzione sulle sfide future del settore, come sostenibilità e innovazione tecnologica. www.golosaria.it

PRODOTTI

di Chiara Zaccarelli

Tra le novità di questo mese in farmacia, uno shampoo per capelli forti e sani e integratori che aiutano a star bene fuori e dentro



www.amaituoicapelli.it



CAPELLI FORTI E VITALI, IN OGNI STAGIONE

Come sappiamo, l'autunno con la sua consueta e fisiologica perdita di capelli stagionale mette a dura prova le nostre chiome, che in molti casi erano già stressate, dopo l'estate, a causa di sole, salsedine e vento. Per correre ai ripari e prendersi cura di loro, è consigliabile utilizzare uno shampoo specifico che possa restituire forza e vitalità ai capelli più indeboliti. **Biothymus Ac active Shampoo Ristrutturante** (un brand Viatris) è appositamente studiato per capelli sfibrati che tendono a diradarsi. Grazie alla sua formulazione, è in grado di offrire una soluzione efficace e di facile utilizzo. Contiene ingredienti e nutrienti specifici per favorire il ciclo vitale del capello: condralact complex, SH-Polypeptide-9, aminoacidi (glicina, metionina) e taurina, vitamine del gruppo B, oligoelementi, pantenolo e composti lipidici.



L'INTEGRAZIONE LIQUIDA FACILE DA USARE E ADATTA A TUTTI

Per chi presenta problematiche di malassorbimento o ha difficoltà a deglutire capsule e compresse, assumere integratori alimentari può risultare complesso. Per questo **NutraGenix** ha messo a punto una gamma di integratori *spray* sublinguali: vitamine e antiossidanti altamente biodisponibili, racchiusi in micelle o liposomi da assumere quotidianamente sotto la lingua per garantire all'organismo un'elevata stabilità e un rapido assorbimento. Un'innovazione adatta a tutti, poiché in questo modo i nutrienti non transitano dall'apparato gastroenterico e raggiungono in pochi minuti il circolo sanguigno. E anche molto comoda, perché può essere assunta in qualsiasi momento della giornata, indipendentemente dai pasti. Gli integratori Nutragenix sono prodotti in Italia con materie prime di alta qualità; gli *spray* con tecnologia micellare sono privi di zucchero, di alcol, di conservanti e di eccipienti e hanno un'ottima palatabilità, grazie all'uso di aromi naturali particolarmente gradevoli.

www.nutragenix.it



UN INTEGRATORE CI AIUTA AD AFFRONTARE GLI IMPEGNI AUTUNNALI

L'autunno è una stagione particolarmente impegnativa, sia per il nostro organismo sia per la nostra mente, spesso caratterizzato da *stress*, stanchezza e mancanza di energie. I rimedi vanno da un sonno di qualità a una regolare attività fisica, a una dieta varia, bilanciata e regolare. Ma nel caso tutto questo non fosse sufficiente, gli integratori alimentari possono essere un valido supporto. **Carnidyn BOOST**, sviluppato da Alfasigma, è un integratore alimentare a base di L-carnitina, L-taurina ed EnXtra, l'estratto di *Alpinia galanga*, naturalmente privo di caffeina, che, grazie alla sua formulazione equilibrata di eleuterococco e vitamine del gruppo B, riattiva l'energia nei momenti della giornata in cui si esauriscono le batterie. Si presenta in pratici flaconcini, pronti da bere in qualsiasi momento, ed è adatto agli adulti di tutte le età, studenti o lavoratori che affrontano giornate particolarmente impegnative e hanno bisogno di extra energia.

www.carnidyn.it



Un nuovo modo di assumere ferro

Un nuovo integratore alimentare di facile e rapida assunzione, che contribuisce alla normale funzione del sistema immunitario e alla riduzione dell'affaticamento

a cura della Redazione

Il ferro è un minerale essenziale per il benessere dell'organismo: contribuisce alla normale funzione dei globuli rossi ed è 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 e 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. Il suo fabbisogno, in particolare, aumenta significativamente in alcune fasi della vita femminile, rendendo necessario prestare particolare attenzione all'assunzione di questo nutriente. Durante la gravidanza, per esempio, la richiesta di ferro cresce per supportare lo sviluppo del feto, mentre durante il ciclo mestruale le donne possono sperimentare una perdita di ferro significativa, specialmente in presenza di flussi abbondanti, con sintomi di affaticamento e debolezza.

Di fronte a una carenza di ferro risulta necessario prestare attenzione all'alimentazione, privilegiando alimenti ricchi di questo minerale, come carne, pesce, legumi, verdure a foglia verde e frutta secca, ma, in molte situazioni, è consigliabile integrare la dieta con supplementi alimentari.

Un integratore da assumere ovunque e in qualsiasi momento

Ferro IBSA è un nuovo integratore sviluppato con la tecnologia IBSA FilmTec®, una soluzione pratica e innovativa, risultato della collaborazione tra IBSA Italy e Pharmafilm, spin-off dell'Università degli studi di Milano, nata con l'obiettivo di facilitare l'assunzione degli integratori. Ferro IBSA si presenta sotto forma di un film orodispersibile ultrasottile di materiale polimerico (50-150 micron di spessore) della dimensione di un francobollo, che si scioglie rapidamente sulla lingua, senza bisogno di acqua, consentendo un rapido assorbimento del nutriente e rendendolo ideale per essere assunto anche da persone con difficoltà di deglutizione o in condizioni

di fragilità. Il prodotto è arricchito con acido folico (vitamina B₉), un elemento essenziale per la crescita dei tessuti materni durante la gravidanza e per il normale funzionamento del sistema immunitario. Il ferro, in sinergia con l'acido folico, aiuta a ridurre la stanchezza e l'affaticamento.

L'integratore Ferro IBSA è disponibile in pratiche bustine monodose, che garantiscono la stabilità del prodotto e lo proteggono dall'umidità, facilitandone il trasporto e l'utilizzo anche fuori casa. Grazie alla sua formulazione avanzata, Ferro IBSA rappresenta una soluzione efficace per integrare il ferro in maniera pratica, migliorando il benessere e l'energia. ■



IBSA Italy

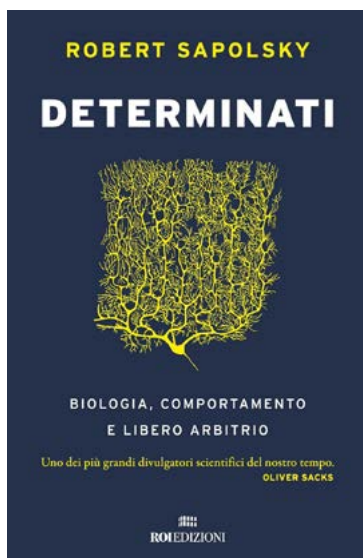
IBSA Italy, fondata nel 1992, è parte di IBSA (Institut Biochimique SA) e ha il suo headquarter a Lodi, dove è nato anche il primo stabilimento. Negli anni IBSA è cresciuta rapidamente aggiungendo la sede di Roma e lo stabilimento di Cassina de' Pecchi (MI) e tre laboratori di ricerca e sviluppo, diventando una realtà economica e scientifica di primo piano nel settore farmaceutico italiano. Tecnologia e know-how, unitamente agli investimenti in ricerca e sviluppo, hanno permesso all'azienda di costruire nel tempo un ampio portafoglio prodotti in 10 aree terapeutiche.

LA NUOVA SCIENZA DELL'ALIMENTAZIONE Dal fallimento delle diete "meteore" al benessere duraturo della salute consapevole

di Pier Luigi Rossi

Nell'ultimo secolo il valore nutrizionale di ciò che mettiamo sulla nostra tavola è diminuito: gli alimenti, manipolati e processati dalla tecnologia industriale, ottenuti da un'agricoltura estensiva e da allevamenti intensivi, hanno perso i requisiti di sicurezza e qualità che garantiscono una dieta sana ed equilibrata. Diventa quindi fondamentale comprendere il funzionamento del nostro organismo e quel che accade al suo interno quando mangiamo. Solo così potremo superare l'obsoleta narrazione basata sul calcolo giornaliero delle calorie e passare a una visione fondata sullo studio delle molecole, che privilegia la corretta combinazione dei nutrienti, per ristabilire un dialogo biologico tra i singoli organi. Questo libro, edito da Aboca e scritto da Pier Luigi Rossi, medico e docente universitario, specialista in Scienza dell'alimentazione, igiene e medicina preventiva, ci guida in un viaggio di rinnovamento del pensiero scientifico applicato all'alimentazione quotidiana. Perché conoscere il nostro corpo significa saper scegliere come nutrirlo, per proteggerlo e prevenire l'invecchiamento, l'obesità e l'insorgenza di patologie.

www.abocaedizioni.it



DETERMINATI Biologia, comportamento e libero arbitrio

di Robert M. Sapolsky

Da dove ha origine ogni nostro gesto? Come nascono le nostre decisioni? Cosa ci porta ad agire in un determinato modo? Queste domande ci catapultano dentro a una delle grandi questioni con cui l'umanità si confronta: quali siano le ragioni ultime dei nostri comportamenti. Robert M. Sapolsky, autore di numerose opere di saggistica e professore di biologia e neurologia alla Stanford University, da decenni studia le radici biologiche del comportamento umano per mostrare come tutta la nostra esistenza sia una lunghissima catena deterministica di cause ed effetti, in cui, secondo lui, non c'è alcuno spazio per il libero arbitrio. Accettare che siamo solo l'esito dell'interazione fra i nostri geni e l'ambiente può sembrare traumatico, eppure, ripensare in questa chiave la nostra società e alcuni dei concetti su cui si essa basa, come la scelta, la giustizia, la morale, la convivenza civile, potrebbe anche rivelarsi liberatorio. L'intento finale di questo provocatorio ma illuminante volume, edito da ROI edizioni, è quello di restituirci un mondo più umano, sollevandoci da responsabilità e colpe che (forse) non abbiamo. www.roiedizioni.it

STANCHEZZA?

BIORITMON

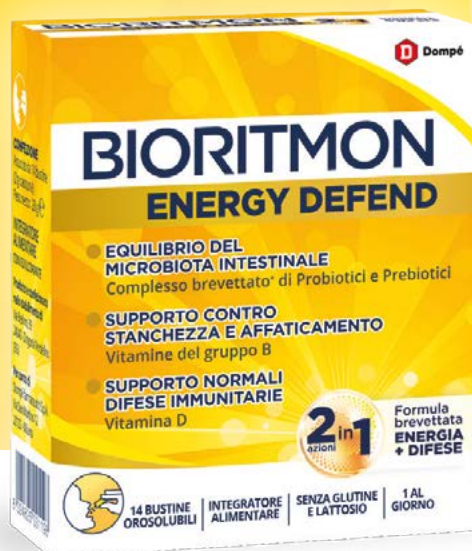
ENERGY DEFEND

**ACCENDI
L'ENERGIA CON
UN SEMPLICE
GESTO
CON BIORITMON
ENERGY DEFEND!**



BIORITMON ENERGY DEFEND grazie al suo complesso di probiotici, favorisce l'equilibrio del microbiota, fonte interna della tua energia, e grazie alle vitamine del gruppo B e D contrasta la stanchezza e supporta le tue difese.

BIORITMON ENERGY DEFEND è in pratiche bustine orosolubili da portare sempre con te! Chiedi consiglio al tuo medico e farmacista e scopri tutta la linea Bioritmon!



BIORITMON



SCOPRI DI PIÙ

Consiglia l'alternativa naturale
a **Tonici** e **Multivitaminici** di sintesi.

NATURA MIX ADVANCED IL **Multinaturale**



PER BAMBINI E ADULTI:
SPOSSATEZZA E CONVALESCENZA,
CAMBI DI STAGIONE,
ATTIVITÀ QUOTIDIANE
IMPEGNATIVE.



PER ADULTI:
LAVORO, SPORT, VITA DINAMICA.



PER ADULTI E RAGAZZI:
STUDIO, LAVORO, AFFATICAMENTO
MENTALE.



IL PIANO MARKETING A SUPPORTO DEL TUO CONSIGLIO



**Grande promozione
su tutte le referenze
da marzo a settembre**
con sconti all'acquisto fino a 15€.



**Tanti materiali di visibilità
per il punto vendita,**
per aumentare il sell-out
della linea.



**Campagne web di advertising
e di influencer marketing,**
per promuovere la notorietà
del Brand e invitare le persone
a provare i prodotti della linea.

100%
FORMULA NATURALE
BIODEGRADABILE

senza
glutine

INTEGRATORI
ALIMENTARI

PER INFORMAZIONI CONTATTA L'AGENTE DI ZONA O L'UFFICIO COMMERCIALE:
FRONTOFFICE@ABOCA.IT - 0575 746316

Certified 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

NOVITÀ

BIORITMON

C

**PER SUPPORTARE LE TUE
DIFESE OGNI GIORNO**

Granulato Effervescente 1000 mg
ALTO DOSAGGIO

Comprese Masticabili 500 mg
ADATTE A TUTTA LA FAMIGLIA



GUSTO  **ARANCIA**

Scopri la linea Bioritmon al sito
www.bioritmon.it



BIORITMON

UNA LINEA DI INTEGRATORI CON COMPONENTI STUDIATI SCIENTIFICAMENTE



ENERGIA



SISTEMA IMMUNITARIO



NOVITÀ



BENESSERE DELLE VIE URINARIE

