

# Partnership

1-2  
2023



*Più digitale, la sanità segue  
meglio i consumi: cresce la spesa  
privata, stabile quella pubblica*



*Negli Italiani cresce la fiducia  
nelle farmacie, viste sempre più  
come un presidio sanitario*

*È sempre meglio dire la verità,  
tutta la verità, nient'altro  
che la verità... Oppure anche no?*



**PROPOSTE DI FEBBRAIO  
PRODOTTI ALMUS,  
ALVITA, VETERINARI.**



**Alliance  
Healthcare**  
La salute è più vicina

# Oral-B

# iO™

SERIES 6s



A.I. BRUSHING RECOGNITION



INTERACTIVE DISPLAY



SMART PRESSURE SENSOR



2 MINUTE TIMER

BLACK LAVA



x2

1x iO ULTIMATE CLEAN  
1x iO GENTLE CARE

5

SMART MODES

INSIDE



ORAL-B APP  
+ A.I. BUILT-IN  
FOR PERSONALIZED  
COACHING  
RECHARGEABLE TOOTHBRUSH

# Partnership

## I servizi

### I CITTADINI E LA FARMACIA

**Negli Italiani cresce la fiducia nelle farmacie, viste sempre più come un presidio sanitario**

pagina 8

### ECONOMIA SANITARIA

**Più digitale, la sanità segue meglio i consumi: cresce la spesa privata, stabile quella pubblica**

pagina 16

### STUDI DI MERCATO

**Il mercato commerciale della farmacia alle prese con l'attuale impennata dei prezzi al consumo**

pagina 22

### COMPORAMENTI

**È sempre meglio dire la verità, tutta la verità, nient'altro che la verità... Oppure anche no?**

pagina 30

## Le rubriche

**Farmattualità**

pagina 5

**Prodotti in primo piano**

pagina 36

**Le proposte di Alliance Healthcare Italia**

- *Promozioni in evidenza*
- *Prodotti Almus*
- *Prodotti Alvita*

pagina 38

pagina 39

pagina 46

**Partnership** Anno XXVI

n. 1-2, Gennaio-Febbraio 2023

Registrazione del Tribunale di Milano n. 319 del 29 aprile 1998.

Periodico mensile di marketing e management di Alliance Healthcare Italia s.p.a. per la farmacia italiana.

**Direttore responsabile**

Angelo Cambié

**Direzione, redazione, grafica e impaginazione**

InterMedia Servizi Editoriali

Via A. Gramsci 11, 24128 Bergamo

Tel. 035.400944

Responsabile: Angelo Cambié

**Gestione spazi e materiali pubblicitari**

Alliance Healthcare Italia

Distribuzione - Tel: 0185/31571

**Ufficio traffico materiali pubblicitari**

InterMedia Servizi Editoriali

Via A. Gramsci 11, 24128 Bergamo

Tel. 035.400944

**Editore**

Pinelli Printing srl, Via E. Fermi 8

20096 Seggiano di Pioltello - MI

**Stampa**

CTG snc, Via Trieste 99

20064 Gorgonzola - MI

**Amministrazione**

Alliance Healthcare Italia s.p.a.

Via Moggia 75/a, 16033 Lavagna-Ge

Tel. 0185.3721 Fax 0185.321208

Responsabile: Massimo Callori.

© Proprietà letteraria riservata.

La riproduzione intera o parziale in ogni forma e su qualunque supporto, anche citando la fonte, è vietata sia in italiano sia in ogni altra lingua. Diritti riservati in tutto il mondo.

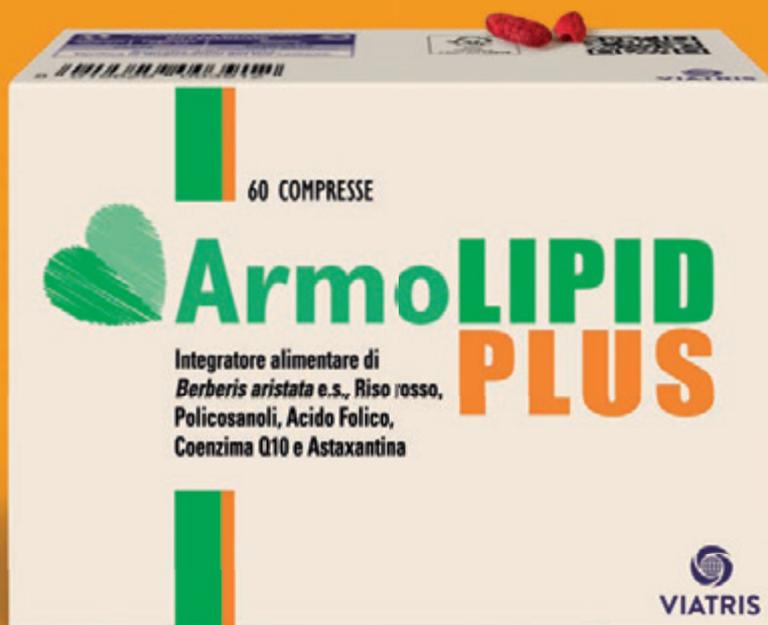
# ArmoLIPID PLUS

INTEGRATORE PER IL COLESTEROLO

Il più scelto in Farmacia\*

NATURALE  
AVERLO  
A CUORE

PRODOTTO  
IN ITALIA



Seguiteci sui social

e sul sito [Armolipid Italia](https://www.armolipiditalia.it)



La Berberina contenuta in Armolipid Plus favorisce il controllo del colesterolo e dei trigliceridi plasmatici ad integrazione di una dieta globalmente adeguata a tal fine.\*\* Armolipid Plus è un integratore alimentare. Gli integratori alimentari non vanno intesi quali sostituti di una dieta variata, equilibrata e di un sano stile di vita. Leggere le istruzioni sulla confezione.

\*Dati di vendita IQVIA sell-out Aprile 2022 segmento integratori alimentari per il colesterolo.

\*\*Claim EFSA pending.

ARM-2022-0060



VIATRIS



Mylan

AVIATRIS COMPANY

## Diagnosi precoce di diabete grazie all'HbA1c

**Un adeguato screening** può permettere di effettuare una diagnosi di diabete con due anni di anticipo.

Uno studio condotto dall'Università di Exeter, nel Regno Unito, pubblicato recentemente su *Diabetologia*, ha dimostrato che un programma di controllo negli adulti realizzato con la misurazione dell'emoglobina glicata (HbA1c) porterebbe al riscontro in Gran Bretagna di circa 250.000 nuovi casi non diagnosticati di diabete di tipo 2 almeno un paio di anni prima rispetto all'età in cui di solito si scopre la malattia.

“È il primo studio a utilizzare la biobanca del Regno Unito per determinare l'anticipo della diagnosi di diabete dovuto a un programma di screening specifico”, ha spiegato Katherine Young, coordinatrice dello studio, che ha analizzato i dati di quasi 180 mila adulti di età compresa tra i 40 e i 70 anni, ai quali, al momento dell'arruolamento, è stata misurata l'emoglobina glicata, parametro che riflette il controllo glicemico degli ultimi 2-3 mesi. Partendo dai risultati ottenuti, i ricercatori britannici hanno stimato che nel Regno Unito ci sono fino a 250.000 adulti tra 40 e 70 anni che hanno il diabete senza saperlo, e che grazie alla misurazione dell'emoglobina glicata potrebbero ricevere una diagnosi di

diabete con un vantaggio temporale di 2,2 anni.

Ma, hanno fatto sapere i ricercatori, il potenziale di una diagnosi precoce basata sul dosaggio dell'HbA1c per scoprire nuovi casi potrebbe essere ancora maggiore, in quanto lo stato di salute della popolazione registrata presso la biobanca del Regno Unito è in genere migliore di quello riscontrato nella popolazione generale, in quanto le minoranze etniche con tassi più elevati di diabete, come i neri e gli asiatici, sono sottorappresentate.

“Servono ora ulteriori studi per valutare con esattezza il maggiore impatto di un intervento anticipato di un biennio nel ridurre il rischio di complicanze imputabili al diabete”, ha concluso Katherine Young. ■

## Vitamine B1 e B12 efficaci alleate contro l'emicrania

**Due recenti studi** hanno messo in correlazione le vitamine B1 e B12 con gli attacchi di emicrania, per quanto riguarda sia la frequenza, sia l'intensità. Il primo di questi, pubblicato su *Headache: the journal of head and face pain* ha accertato che l'assunzione della vitamina B1 può aiutare a prevenire gli episodi di emicrania, soprattutto nelle pazienti di sesso femminile.

I neurologi cinesi del *People's Hospital University of Zhengzhou* nel loro stu-

dio trasversale hanno esaminato i dati di oltre 13 mila partecipanti alla *National health and nutrition examination survey* dal 1999 al 2004, tenendo conto di diversi fattori quali età, stile di vita e condizioni di salute, e sono giunti a riscontrare un legame diretto tra elevate quantità di vitamina B1 nella dieta e minori casi di emicrania.

“Questo studio fornisce dati importanti a sostegno del fatto che i fattori nutrizionali possono essere influenti sull'induzione dell'emicrania”, ha commentato James Giordano, professore di neurologia e biochimica presso il *Georgetown University medical center* di Washington, “ed è di particolare rilievo anche il fatto che è stato dimostrato un ruolo statisticamente significativo della vitamina B1 nella mitigazione di questa patologia”.

La vitamina B1 ha dimostrato di essere particolarmente importante nella regolazione dei livelli cerebrali del neurotrasmettitore serotonina, tanto da far collegare anomalie nella funzione della serotonina alla fisiopatologia dell'emicrania.

Anche la vitamina B12, in uno studio pubblicato sulla rivista ufficiale dell'Accademia brasiliana di neurologia, è stata messa in stretta relazione con gli attacchi di emicrania, in quanto nei pazienti con emicrania cronica e intensa è spesso presente carenza di vitamina B12.

Il meccanismo che spiega questa correlazione risiede nel fatto che la carenza di vitamina B12 e l'eccesso di omocisteina nel sangue causano dan-

ni alle cellule endoteliali che compongono la parete dei vasi sanguigni, aumentando i livelli di radicali liberi che possono essere connessi all'insorgenza degli episodi di emicrania.

Lo studio in questione, condotto nel Dipartimento universitario di neurologia dell'ospedale di Istanbul, ha incluso 127 pazienti con emicrania e 45 individui sani come gruppo di controllo. I neurologi hanno registrato la frequenza degli attacchi di emicrania, la loro durata, la gravità del dolore, le caratteristiche cliniche e la localizzazione del mal di testa, considerando bassi i livelli di vitamina B12 inferiori a 300 nanogrammi per litro di sangue.

I pazienti sono stati suddivisi in tre gruppi in base alla frequenza degli attacchi: episodici infrequenti (1-3 attacchi di emicrania al mese), episodici frequenti (4-14 giorni al mese) e cronici, quando l'emicrania presentava una durata di oltre quattro ore per 15 o più giorni al mese per un periodo minimo di tre mesi.

È stato riscontrato che i livelli di vitamina B12 nei soggetti con emicrania erano significativamente più bassi, pari a 227 nanogrammi/litro, rispetto ai 278 ng/l del gruppo di controllo, differenza che si accentua ulteriormente nei pazienti con emicrania cronica, nei quali la concentrazione media di vitamina B12 scende fino a 197 ng/l.

I ricercatori hanno anche notato che i livelli di vitamina B12 erano più bassi nei casi con attacchi più dolorosi.

Secondo gli autori dello studio, nel causare, o peggiorare, la carenza di vita-

mina B12 potrebbe giocare un ruolo fondamentale anche l'uso frequente di analgesici, che possono disturbare l'assorbimento di questa vitamina. ■

### *Carenza di ferro, attenzione all'alimentazione*

**Si stima** che un terzo della popolazione mondiale, in particolar modo donne in età fertile e bambini sotto i cinque anni, sia colpito da carenza di ferro, condizione spesso sottodiagnosticata per la difficoltà di riconoscere i sintomi, vari e non facilmente correlabili fra loro: stanchezza, mal di testa frequenti, fiato corto, colorito pallido, capelli e unghie fragili, ma anche irritabilità, scarsa concentrazione e maggiore esposizione alle infezioni sono tutte condizioni riconducibili a un basso livello di ferro nell'organismo.

Viene raccomandato di assumere tra i 10 e i 18 milligrammi al giorno di ferro, dose che sale a 27 per le donne in gravidanza e a 11 nell'allattamento, curando l'alimentazione o intervenendo con integratori.

Nei prodotti alimentari il ferro è presente in due forme, differenti per la chimica ma soprattutto per i meccanismi di assorbimento: ferro eme (nella carne e in alcuni pesci) e ferro non eme (in prodotti vegetali e animali).

Il ferro eme, pur rappresentando una parte minore del ferro alimentare, è al-

tamente biodisponibile e presenta un assorbimento pari al 25-30 per cento, mentre per il ferro non eme questo valore scende all'1-10 per cento. Quando nel pasto è presente ferro eme, aumenta l'assorbimento anche della forma non eme, che risulta più facilmente assorbibile anche quando viene assunto assieme ad alimenti ricchi di vitamina C, come pomodori e agrumi.

L'alimento migliore per mantenere livelli di ferro ottimali resta la carne, preferibilmente bovina o suina, da consumare almeno una-due volte a settimana. Quando si sceglie carne bianca è meglio preferire la coscia, più ricca di ferro. Attenzione poi a non mangiare la frutta lontano dai pasti, perché la vitamina C contenuta negli agrumi deve essere assunta assieme agli altri alimenti per facilitare l'assorbimento del ferro non eme in essi contenuto.

Nel cervello, il ferro viene impiegato in diversi sistemi enzimatici tra cui quelli coinvolti nella produzione di energia, nella sintesi del recettore della dopamina, nella mielinizzazione delle cellule nervose e nella regolazione dello sviluppo cerebrale.

Diverse indagini cliniche hanno rilevato nei bambini i cui livelli di ferritina erano più bassi competenze linguistiche, capacità motorie e attenzione inferiori, e vi è un ampio consenso scientifico sul fatto che la carenza di ferro abbia un impatto negativo sulle capacità cognitive, comportamentali e motorie, tutti deficit che possono comparire a qualsiasi età, anche con livelli normali di emoglobina. ■

## Nuove linee guida per gestire la dermatite atopica

**Sono cinque** i consigli pratici che la *Canadian pediatric society*, in un articolo comparso sul *Canadian medical association journal*, suggerisce di seguire per gestire al meglio la dermatite atopica nei bambini.

Innanzitutto, nei neonati vanno distinte dalla dermatite atopica altre forme dermatologiche transitorie come quelle irritative e seborroiche, tenendo presente che la dermatite atopica coinvolge più spesso guance, arti esterni e tronco. Si deve inoltre considerare che le fissurazioni potrebbero non apparire fino al termine dell'infanzia.

Per il trattamento, poi, viene consigliato l'impiego almeno due volte al giorno, e secondo necessità, di un qualsiasi emolliente (lozione, gel, crema o unguento), utile sia per gestire la dermatite atopica in fase di quiete sia per prevenire le sue riacutizzazioni, ricordando che gli emollienti per il bagno non migliorano il quadro clinico ma possono essere usati come sostituti del sapone.

La dermatite atopica, inoltre, richiede un trattamento antinfiammatorio, in cui il corticosteroide topico va somministrato alla minima dose efficace. Nei casi ricorrenti o persistenti, una remissione completa può essere ottenuta applicando sulle aree interessate ma non sul viso un corticosteroide

topico di livello moderato, come il betametasona valerato 0,05% oppure potente, come il mometasone furoato 0,1%, seguito da tre mesi di trattamento con corticosteroidi moderati o pimecrolimus topico per due giorni consecutivi a settimana.

Se si manifesta un'infezione cutanea da stafilococco aureo, abbastanza comune, non è consigliato l'uso abituale di antibiotici topici o orali per il possibile sviluppo di resistenza. La terapia con antibiotici orali si rende necessaria solo se sono presenti segni infettivi sistemici come la febbre.

Dal punto di vista alimentare, poi, è stato rilevato che l'eliminazione di cibi potenzialmente allergizzanti non migliora la dermatite atopica e rischia di promuovere invece forme allergiche da cibo. Viene quindi raccomandata un'alimentazione che introduca cibi potenzialmente allergizzanti da circa sei mesi di età, continuando se possibile l'allattamento al seno fino ai due anni o anche più. ■

## In sperimentazione farmaco che rallenta l'Alzheimer

**Ridurrebbe del 27 per cento** la progressione del morbo di Alzheimer la molecola sperimentale *lecanemab*, capace di ridurre gli aggregati di beta-amiloide, il costituente delle placche caratteristiche dell'Alzheimer.

Questo nuovo anticorpo monoclonale è stato sottoposto a una sperimentazione di fase III della durata di 18 mesi i cui risultati sono stati pubblicati recentemente su *The New England Journal of Medicine*.

Lo studio è stato condotto in doppio cieco e ha coinvolto circa duemila soggetti di età compresa tra 50 e 90 anni con malattia di Alzheimer in fase iniziale, con deterioramento cognitivo lieve ed evidenza di amiloide alla tomografia a emissione di positroni (Pet) o mediante esame del liquido cerebrospinale. Il *lecanemab* è stato somministrato per via endovenosa in dose di 10mg per chilo di peso corporeo ogni due settimane.

La valutazione è stata effettuata considerando sia la variazione del punteggio rilevato tramite la specifica scala di valutazione CDR-SB - in cui i punteggi più alti indicano una maggiore compromissione - sia i cambiamenti del carico di amiloide sulla Pet.

Al termine della sperimentazione è stato riscontrato che, se somministrato nelle prime fasi della malattia, rispetto al placebo il *lecanemab* è capace di ridurre di quasi un terzo il declino clinico a livello cognitivo e funzionale e di diminuire gli accumuli di beta-amiloide nel cervello.

Sulla base di questi risultati incoraggianti, le case farmaceutiche produttrici Eisai e Biogen prevedono di richiedere l'autorizzazione all'immissione in commercio alle autorità statunitensi, giapponesi ed europee nella primavera del 2023. ■



## Negli Italiani cresce la fiducia nelle farmacie, viste sempre più come un presidio sanitario

**Rispetto a un anno fa**, oltre un terzo degli Italiani ha dichiarato di aver aumentato il proprio grado di fiducia nei confronti del farmacista, e il 65 per cento dei cittadini si reca di solito nella stessa farmacia perché si fida dei professionisti che vi operano. I dati emersi dalla quinta edizione del Rapporto sulla farmacia, iniziativa congiunta di Cittadinanzattiva e Federfarma, restituiscono l'immagine di una farmacia che è stata capace di portare la sanità più vicina al cittadino, fornendo risposte di natura socio-sanitaria soprattutto a comunità che vivono nelle aree interne del paese e a soggetti fragili quali i pazienti con patologia cronica.

### I risultati dell'indagine

L'analisi ha preso in esame in maniera speculare le risposte di farmacisti e cittadini sul ruolo della farmacia sia nell'erogazione di servizi e nella prevenzione e sorveglianza sul Covid e su patologie croniche, sia nella dispensazione del farmaco - in particolare per gli equivalenti - e nel supporto all'aderenza terapeutica.

A testimoniare l'elevata qualità dell'operato delle farmacie è l'aumento del-

Per gli Italiani le farmacie hanno saputo portare la sanità più vicina al cittadino, spesso in quanto unico presidio facilmente raggiungibile, con un impegno che si è tradotto anche nell'erogazione di servizi per la salute. Tra i più apprezzati screening, vaccinazioni, e controllo sull'aderenza terapeutica. Resta ancora poco praticata la telemedicina.

la fiducia dei cittadini, con il 65 per cento degli intervistati che sceglie la stessa farmacia proprio perché si fida del farmacista, e non tanto per aspetti di pura comodità come la vicinanza. Chi ha una farmacia di riferimento gradisce innanzitutto la cortesia con cui viene accolto, ma apprezza quasi in ugual misura la conoscenza che in quella farmacia hanno dei suoi problemi di salute.

E anche tra i cittadini che hanno dichiarato di non avere una farmacia di elezione, gli elementi maggiormente apprezzati sono l'ascolto e il consiglio (42 per cento), che superano aspetti maggiormente legati alla comodità come il non fare code e l'essere serviti velocemente.

Ai primi posti tra i servizi più erogati dalle farmacie si trovano il monitoraggio dei parametri (96 per cento), la prenotazione di farmaci e altri prodotti da

ritirare in farmacia (95), l'esecuzione di test o esami diagnostici di base (79), le prenotazioni del Cup (77), mentre sul versante dei cittadini i servizi di cui si fa maggiore uso sono la prenotazione di prodotti, il monitoraggio dei parametri e la richiesta di preparazioni galeniche (*figure 1 e 2*).

**PREVENZIONE E SCREENING.** Il 34 per cento dei farmacisti intervistati ha svolto nell'ultimo anno campagne di screening per l'individuazione di soggetti a rischio di patologie croniche, soprattutto diabete (70 per cento), malattie cardiovascolari (48), dislipidemie (36) e Bpco (14).

Quasi un terzo della popolazione ha aderito a tali campagne, ma ancora 11 cittadini su cento non sono a conoscenza di questa possibilità che viene offerta loro dalle farmacie (*figura 3*). Particolarmente elevato, pari a oltre il 78 per cento, il numero di esercizi in

cui è possibile effettuare la prevenzione del tumore al colon-retto.

L'attività di screening il più delle volte è realizzata in partnership, soprattutto con soggetti istituzionali (76 per cento), ma anche, in quasi il 40 per cento dei casi, con attori privati e associazioni di categoria. Da ampliare è invece la collaborazione con le associazioni dei pazienti: solo poco più del 3 per cento delle farmacie ha dichiarato di collaborare con questi enti.

Il più delle volte gli screening non sono remunerati ma, quando ciò accade, a pagare sono nel 72 per cento dei casi le Asl e nel 26 le Regioni, che costituiscono i soggetti con i quali le farmacie maggiormente si interfacciano per questo tipo di servizi.

Secondo i farmacisti le attività sul versante della prevenzione potrebbero essere potenziate non solo grazie a una remunerazione (21 per cento degli intervistati), ma anche con l'accesso al Fascicolo sanitario elettronico e con la possibilità di usufruire nelle farmacie di spazi più ampi e di personale più numeroso.

Tra le altre criticità segnalate dai farmacisti si impongono la mancanza di tempo a disposizione, la scarsa pazienza delle persone, che si stufano a compilare troppi moduli, e le incombenze legate alla gestione della pandemia. Difficoltà sono emerse anche nella relazione con la propria Asl di appartenenza perché non organizza screening, o se lo fa non si appoggia

alle farmacie, o perché non sono ancora stati stipulati accordi regionali che consentano l'esecuzione di questi servizi.

Nello svolgimento dello screening del tumore al colon-retto, particolarmente complessa è risultata essere la gestione della catena del freddo per la conservazione dei campioni biologici in attesa del ritiro.

I farmacisti si sono anche lamentati della mancanza di informazione alla popolazione relativamente a queste campagne, con poca distribuzione di materiale esplicativo e scarsa pubblicità diretta ai cittadini.

Sia i farmacisti sia i cittadini, comunque, si sono detti interessati e favorevoli all'introduzione di iniziative im-





## Quali sono i servizi offerti dalle farmacie...

Dati in percentuale

Fonte: Cittadinanzattiva

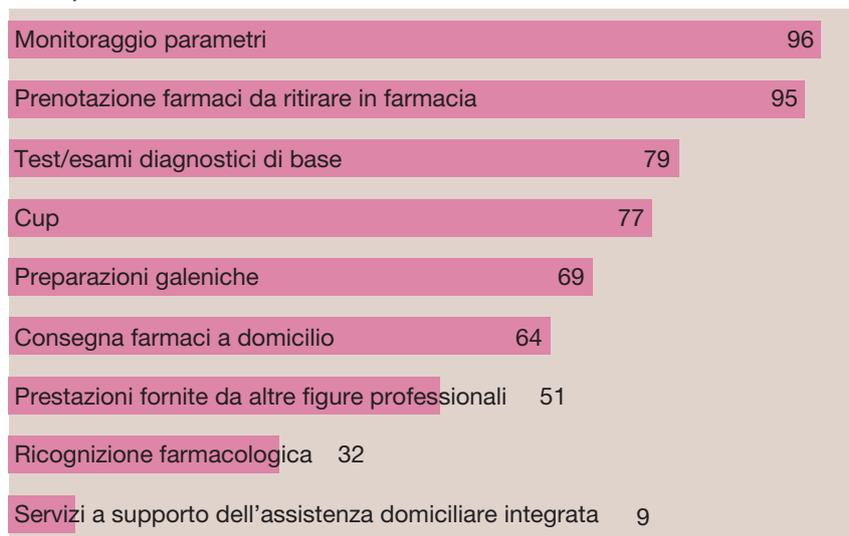


Figura 1

## ... e in quanti li conoscono e utilizzano

Dati in percentuale

Fonte: Cittadinanzattiva

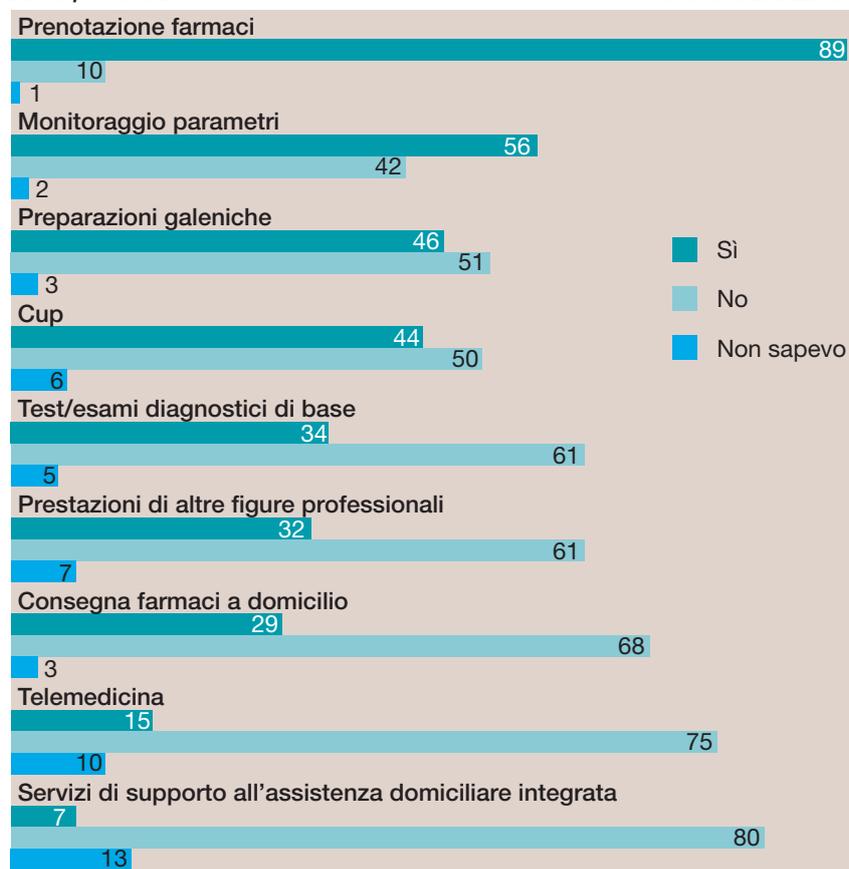


Figura 2

prontate alla medicina di genere, in particolare per la prevenzione del rischio cardiovascolare per la popolazione femminile e del tumore della prostata tramite il test del Psa per quella maschile.

Vengono valutate assai utili anche le campagne di prevenzione incentrate su educazione alimentare e corretti stili di vita per il contrasto all'obesità, al fumo e all'abuso di alcol, e per ampliare la conoscenza e la gestione delle patologie croniche più diffuse.

**ADERENZA TERAPEUTICA.** In quasi un terzo delle farmacie che hanno partecipato all'indagine di Cittadinanzattiva i pazienti possono usufruire di specifici servizi per l'aderenza terapeutica, in particolare a beneficio delle patologie croniche quali diabete (83 per cento), patologie cardiovascolari (74), dislipidemie (49) e Bpco (45).

Nel 56 per cento dei casi questo tipo di servizio viene erogato in maniera continuativa durante tutto l'anno, in un terzo per un periodo limitato, mentre 27 volte su cento viene effettuato solo per particolari classi di farmaci.

Il protocollo per il monitoraggio dell'aderenza terapeutica si avvale di colloqui volti a valutare innanzitutto il grado di consapevolezza del paziente in merito all'importanza del rispetto del piano terapeutico (74 per cento), ma nella metà dei casi viene anche attuata una consulenza personalizzata, specie per i soggetti con basso livello di aderenza.

Un altro tipo di intervento per il controllo della terapia, diffuso in oltre un

terzo delle situazioni, consiste nel monitoraggio dei parametri (figura 4).

In caso di scostamento critico dal piano terapeutico prestabilito, il 31 per cento dei farmacisti ha dichiarato di interagire direttamente con i medici. Dal punto di vista dei cittadini, però, è ancora un piuttosto esiguo 10 per cento a dichiarare di aver usufruito in farmacia di un servizio di aderenza alla terapia, pur conoscendo questa possibilità.

Coloro che se ne sono giovati, comunque, hanno affermato che la loro aderenza terapeutica è migliorata molto (38 per cento) o abbastanza (53). Questo servizio viene spesso realizzato in partnership con le Asl (42 per cento dei casi), con attori privati (31) e associazioni di categoria (27). Ancora sporadici i casi di collaborazione con associazioni di pazienti (4).

Nell'indagine viene fatto notare come il controllo dell'aderenza venga remunerato solo nel 13 per cento dei casi, principalmente da Asl o Regioni, nel quadro dei progetti di sperimentazione dei servizi.

Quasi la metà dei farmacisti ha dichiarato che questo servizio potrebbe essere più diffuso se fosse presente in farmacia un'adeguata dotazione di personale, ma anche se venisse erogato un maggiore incentivo economico (45 per cento) e se fosse operativo l'accesso al Fascicolo sanitario elettronico (39).

Un altro fattore importante che ostacola lo svolgimento del monitoraggio della terapia è la mancanza di tempo,

## Screening: quanto è diffuso e praticato

Fonte: Cittadinanzattiva

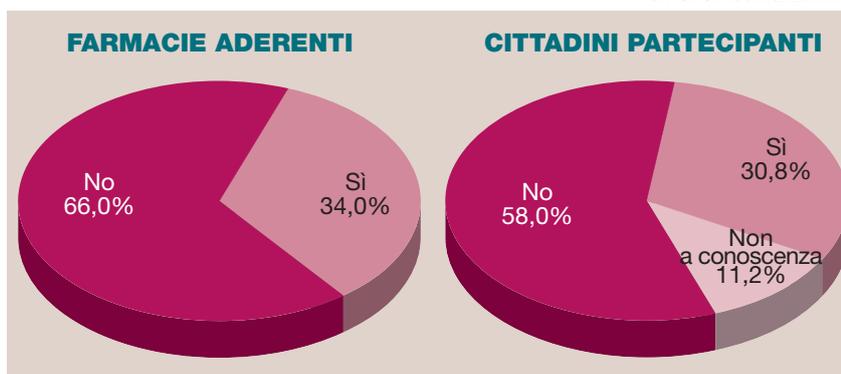


Figura 3

non solo da parte dei farmacisti ma molto spesso anche dei pazienti, che in molti casi lo rifiutano anche perché lo ritengono un servizio superfluo.

Come altri fattori limitanti sono stati indicati pure la mancanza di accordi regionali, lo scarso interesse da parte delle strutture sanitarie territoriali e la carenza di collaborazione con i medici prescrittori.

**VACCINAZIONI.** L'immunizzazione con-

tro il Covid viene praticata nel 38 per cento delle farmacie che hanno partecipato all'indagine, mentre quella antinfluenzale in quasi 40 su cento.

Il 22 per cento dei cittadini ha usufruito del servizio di vaccinazione per il Covid, mentre il 17 si è rivolto al farmacista per l'antinfluenzale. Solo una piccola percentuale di cittadini, pari al 5 per cento per l'antinfluenzale e al 3 per l'anti-Covid, non sa che in farma-

## Aderenza alla terapia: come viene svolta

Dati in percentuale

Fonte: Cittadinanzattiva

Valutazione grado consapevolezza importanza cure	74
Consulenza personalizzata per soggetti con bassa aderenza	50
Utilizzo di questionari per il controllo della terapia	26
Sessioni esplicative su eventuali device	20
Monitoraggio parametri	35
Ricognizione farmacologica	27
Pianificazione di follow-up	19

Figura 4



## Vaccini: molti sì per Covid e influenza...

Fonte: Cittadinanzattiva

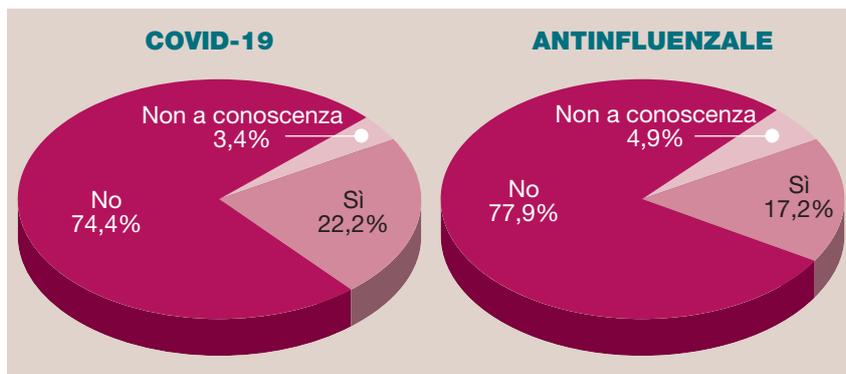


Figura 5

## ...e in tanti ne vorrebbero fare anche altri

Dati in percentuale

Fonte: Cittadinanzattiva

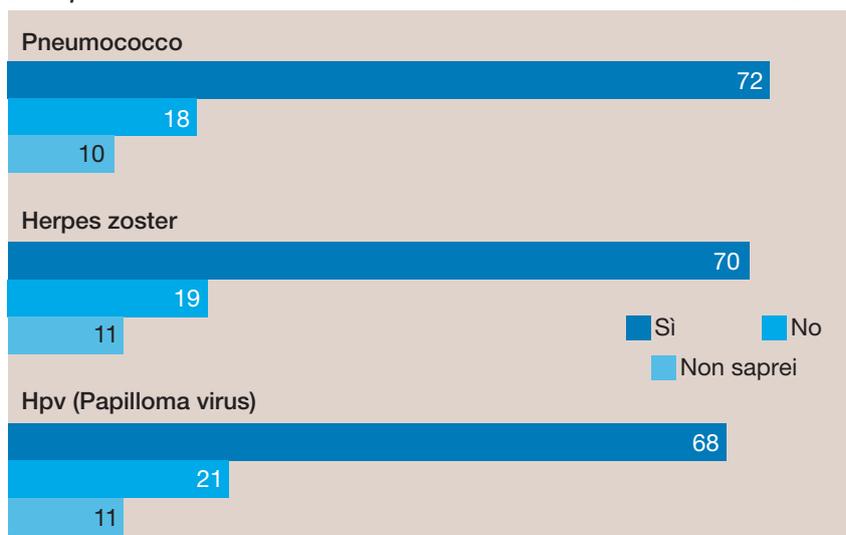


Figura 6

cia viene offerto questo servizio (figura 5).

Più della metà dei farmacisti si è detta favorevole a un maggior coinvolgimento anche in altre vaccinazioni, quali herpes zoster, papilloma virus (Hpv) e pneumococco, una percentuale che sale attorno al 70 per i cittadini, che vedrebbero con favore il coinvolgimento delle farmacie in queste tre vaccinazioni (figura 6).

**TELEMEDICINA.** I servizi tecnologici innovativi in farmacia sono una realtà che si sta rapidamente consolidando nel nostro paese, tanto che in circa metà delle farmacie che hanno risposto alle domande dell'indagine è possibile trovare servizi di telemedicina, più che altro di telecardiologia (49 per cento) e di telemonitoraggio della pressione arteriosa (47).

Meno diffusi i servizi di telepneumolo-

gia, presenti solo in cinque farmacie su cento (figura 7).

Sul versante dei cittadini, però, solo il 15 per cento di loro ha dichiarato di aver usufruito in farmacia di servizi di telemedicina.

Il defibrillatore è presente in una farmacia su quattro; nel 12 per cento dei casi si trova all'interno dei locali della farmacia, mentre nel 14 è collocato all'esterno del presidio. Percentuali ancora lontane dalle attese dei cittadini, che vorrebbero trovare il defibrillatore in farmacia in maniera quasi plebiscitaria (85 per cento).

**FARMACI EQUIVALENTI.** Sebbene l'Italia sia ancora tra i paesi europei con un basso consumo di generici, è arrivata al 43 per cento la quota di cittadini che ha dichiarato di assumere abitualmente questi medicinali.

I farmacisti che hanno risposto all'indagine di Cittadinanzattiva sono convinti che la scelta del farmaco equivalente costituisca da un lato un risparmio per il cittadino, dall'altro un prezioso contributo alla sostenibilità del servizio sanitario nazionale.

Un farmacista su tre è poco o per nulla convinto che la scelta del farmaco equivalente possa agevolare l'aderenza alle terapie, e uno su cinque non crede che il risparmio derivato dall'acquisto dell'equivalente venga destinato dal cittadino per usufruire di altri servizi erogati in farmacia.

Nella attività di dispensazione del farmaco equivalente, i farmacisti hanno dichiarato di ricordare essenzialmente al cittadino che il principio attivo è



# Teva per te

Nuove confezioni  
che cambiano  
per le tue esigenze.



Grazie all'ascolto di pazienti come te, Teva ha migliorato **la grafica delle confezioni** dei propri medicinali per renderla ancora più chiara e completa. Il nome del prodotto, il dosaggio, il pittogramma e lo spazio dedicato agli appunti sul retro\*, possono aiutare ad assumere i medicinali in modo ancora più corretto e consapevole.

\*Disponibile in base alla dimensione della confezione

La nostra esperienza per la tua salute.

tevaitalia.it





L'equilibrio che si sente  
è quello che si *Pensa*.

**INNNOVIA**  
**Gensa**  
BENESSERE

il medesimo (77 per cento) e che è bioequivalente con quello del farmaco di marca in termini di sicurezza, efficacia e qualità (72). Tutte informazioni che arrivano ai cittadini, che hanno fornito risposte coincidenti a quelle date dai farmacisti.

Quando il paziente sceglie il generico, a detta di un abbondante 80 per cento dei farmacisti, la motivazione è da ricondurre sia alla leva del risparmio sia alla fiducia nel consiglio offerto di ricorrere a questo tipo di medicinale. Anche in questo caso le risposte della popolazione, pur se con percentuali meno marcate, sono del tutto allineate con quelle dei farmacisti.

Solo in pochi casi i cittadini hanno dichiarato di percepire la proposta dell'equivalente avanzata dal farmacista come mezzo per ovviare all'indisponibilità del farmaco di marca.

Quando si rifiuta il generico, in un caso su cinque è perché si è convinti che la diversa composizione degli eccipienti possa rendere differenti i due prodotti, oppure per il timore che il generico e il farmaco di marca corrispondente non siano equivalenti in termini di efficacia, qualità e sicurezza. Per un quarto dei cittadini, però, a essere determinante è il non voler variare le proprie abitudini. Nel 22 per cento dei casi, invece, i pazienti hanno dichiarato di non potersi assumere la responsabilità di cambiare farmaci finché non sia il proprio medico a pronunciarsi.

Nella scelta dell'equivalente, infatti, molto peso ha la relazione tra medico

## Quante farmacie offrono telemedicina

Dati in percentuale

Fonte: Cittadinanzattiva

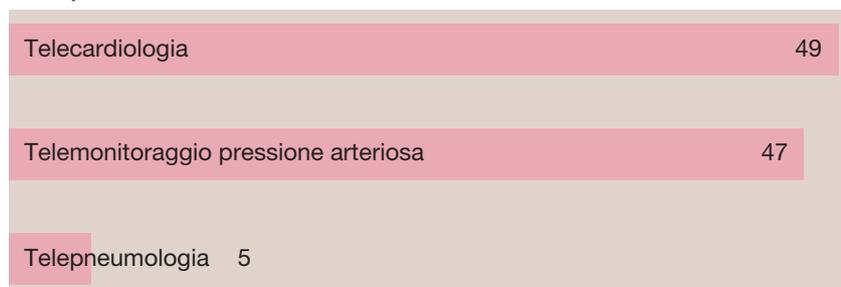


Figura 7

e paziente, tanto che viene indicato come motivo di base per acquistare il generico l'indicazione sulla ricetta del solo principio attivo e non del prodotto di marca.

Dalle risposte raccolte nell'analisi, però, è emerso che qualche volta è proprio il medico a scoraggiare il cittadino a ricorrere ai generici affermando che l'equivalente non è uguale al farmaco originatore, dichiarazione che non fa altro che confermare come la diffusione dell'uso dei farmaci equivalenti debba passare necessariamente da una convergenza di intenti tra medici prescrittori, farmacisti e tutti gli attori coinvolti nella gestione del farmaco.

### VISIONE E RUOLO DELLA FARMACIA.

Dalle risposte che sia i farmacisti sia i cittadini hanno fornito riguardo alla propria visione futura di una farmacia che si sta evolvendo da un esercizio quasi esclusivamente di dispensazione del farmaco a un presidio sanitario al servizio della comunità è emerso che sempre più si sta andando verso il riconoscimento delle farmacie quali riferimento più prossimo e capillare del servizio sanitario nazionale.

Sono infatti praticamente coincidenti le risposte di farmacisti e cittadini in questo senso: alla domanda "in una scala da 1 a 10 dove collocherebbe oggi e nel futuro la farmacia?" - tra gli estremi in cui 1 è relativo alla sola dispensazione del farmaco e 10 al ruolo di presidio sanitario al servizio della comunità - la maggior parte dei farmacisti ha posto la farmacia di oggi all'ottavo gradino e quella del futuro al decimo, una valutazione che è risultata essere del tutto coincidente con quella espressa dagli Italiani.

Per raggiungere questo obiettivo, i farmacisti vedono come indispensabili il potenziamento sia dell'offerta in termini di prevenzione e screening, sia delle attività di dispensazione attiva del farmaco, che deve essere corredata da servizi cognitivi, sia delle prestazioni di telemedicina e di test diagnostici. Per la categoria, altri settori da incrementare sono quelli delle vaccinazioni e della distribuzione dei farmaci per conto, per diminuire la quota di medicinali che passano ancora dalla distribuzione diretta, assai disagiata per i cittadini. ■

## Più digitale, la sanità segue meglio i consumi: cresce la spesa privata, stabile quella pubblica

**È un sistema sanitario** in continua evoluzione, quello italiano, e delle novità fanno ormai parte i frutti dell'impulso dato dalla pandemia al completamento del processo di digitalizzazione: è ormai possibile la rilevazione telematica su tutto il territorio nazionale delle prescrizioni mediche, farmaceutiche e di specialistica ambulatoriale erogate a carico del Servizio sanitario nazionale, il che consente sia di favorire la diffusione di misure di appropriatezza delle prescrizioni, di farmacovigilanza e sorveglianza epidemiologica, sia di potenziare la verifica della spesa pubblica nel settore sanitario con il controllo dei costi a carico dello Stato.

A partire da marzo del 2020, con l'emergenza pandemica, sono stati numerosi gli interventi normativi e regolamentari rivolti alle semplificazioni e digitalizzazioni al servizio del cittadino, attraverso l'implementazione di diverse funzioni del *Sistema tessera sanitaria (TS)*. Innanzitutto l'utilizzo di strumenti alternativi al promemoria cartaceo della ricetta elettronica con invio al cittadino tramite SMS, mail, chat o caricamento nel fascicolo sanitario elettronico. E poi il Sistema TS è stato

È stata anche la pandemia ad accelerare il processo di semplificazione per via telematica delle prescrizioni. Questo, assieme a un Sistema tessera sanitaria sempre più rodato, consente di verificare con maggior accuratezza la spesa: ne emerge un quadro in cui i bisogni evidentemente aumentano, ma lo Stato non adegua il proprio impegno.

coinvolto nella gestione dell'app *Im-muni*, dedicata al tracciamento dei possibili contatti dei cittadini risultati positivi al COVID-19, al monitoraggio del programma di test sierologici del personale docente e non docente e alla comunicazione dei dati relativi ai tamponi antigenici rapidi somministrati da farmacie, medici di medicina generale, pediatri di libera scelta.

Il Sistema TS è inoltre in grado di fornire i dati riguardanti le guarigioni dall'infezione da COVID-19 e garantisce il servizio di interoperabilità tra Regioni relative alle somministrazioni di vaccini. Dal mese di maggio del 2022, poi, grazie al supporto dell'infrastruttura del Sistema TS, è attiva per i medici di famiglia la possibilità di prescrivere con ricetta dematerializzata il farmaco antivirale *Paxlovid* per il trattamento del Covid-19, con la creazione di un piano terapeutico elettronico dedicato.

### La ricetta dematerializzata

Da un'approfondita analisi condotta dal *Ministero dell'economia e delle finanze (MEF)*, si evidenzia che il processo di dematerializzazione delle prescrizioni, esteso anche ai medicinali a base di sostanze stupefacenti e psicotrope (inclusi quelli destinati alla terapia del dolore), ha permesso di erogare complessivamente, dal 1° gennaio 2014 - quando è entrata in vigore questa possibilità - al mese di maggio 2021, poco meno di 4,3 miliardi di ricette dematerializzate a carico del Servizio sanitario nazionale, di cui oltre 3,4 miliardi relative alla farmaceutica convenzionata e circa 800 milioni per prestazioni specialistiche, territoriali e ospedaliere.

I dati evidenziano una progressiva crescita nell'utilizzo della ricetta dematerializzata (*tabella 1*), dovuta al graduale adeguamento delle procedure regio-

nali, anche come adempimento da parte delle Regioni per l'accesso alla quota premiale del finanziamento da parte del SSN. Si è così arrivati all'87 per cento del 2020, quando l'emergenza pandemica ha dato un ulteriore forte impulso alla diffusione della ricetta dematerializzata.

A partire da marzo 2020, infatti, attraverso la comunicazione elettronica al cittadino del promemoria o del solo codice della ricetta (NRE), resa possibile dalla ricetta dematerializzata, non si sono resi più necessari lo spostamento e la presenza fisica dei cittadini negli studi medici per il rilascio del

promemoria cartaceo. L'utilizzo della ricetta dematerializzata ha mantenuto la sua crescita nel 2021 (90 per cento) fino al 92 per cento dei primi cinque mesi 2022, a conferma della validità di questo strumento di digitalizzazione e semplificazione del servizio sanitario.

Il completamento del processo della ricetta dematerializzata per i farmaci, che nel periodo gennaio-maggio 2022 presenta un incremento di un punto percentuale rispetto agli stessi cinque mesi del 2021 e di sei punti percentuali sullo stesso periodo del 2020, è legato all'avanzamento dell'utilizzo di

questo strumento anche per i farmaci con piano terapeutico AIFA e per tutti quelli distribuiti attraverso modalità diverse dal regime di convenzione, per i farmaci stupefacenti individuati dal Ministero della salute, per le ricette prescritte dai medici del personale navigante e quelle relative alle prestazioni farmaceutiche non a carico del SSN. Nello stesso periodo gennaio-maggio 2022, caratterizzato anche per questo anno dall'impatto dell'emergenza pandemica, rispetto allo stesso periodo del 2020 si è avuto un aumento del numero di ricette dematerializzate rispetto al totale delle ricette utilizzate,



di circa il 6 per cento per la farmaceutica e di circa il 10 per cento per la specialistica, confermando la crescita che aveva già caratterizzato lo stesso periodo del 2021 rispetto al 2019.

### La 'ricetta bianca' elettronica

A fine 2020 è stato dato un ulteriore fondamentale impulso al processo di dematerializzazione delle ricette mediche, con la previsione di allargare questa modalità di prescrizione ai farmaci non a carico del Servizio sanitario nazionale, quelli della cosiddetta 'ricetta bianca': un ulteriore passo nel percorso di digitalizzazione del sistema di prescrizione ed erogazione dei farmaci, una spinta aggiuntiva alla semplificazione per il cittadino e per gli operatori sanitari in generale.

Con le stesse modalità previste per i medicinali a carico dello Stato, i medici possono, dunque, prescrivere que-

sti farmaci con ricetta elettronica individuata attraverso un nuovo identificativo, il *numero di ricetta bianca elettronica* (NRBE), inserendo anche le informazioni necessarie per indicare l'eventuale ripetibilità. Dal 31 gennaio 2022, quindi, ha preso avvio la prescrizione dematerializzata per i medicinali non a carico del SSN. La dematerializzazione delle ricette bianche al mese di luglio 2022 era attiva in 18 tra Regioni e Province autonome, con circa 4.950.000 prescrizioni, 770.000 delle quali non ripetibili.

### I ticket

Per consentire la spendibilità della ricetta da parte dell'assistito anche in una regione diversa, il Sistema TS gestisce tutte le regole di erogazione nonché le eventuali regole di compartecipazione alla spesa da parte dei cittadini (il cosiddetto *ticket*) introdotte dalle Regioni o Province autonome, e le ren-

de disponibili alle farmacie e alle strutture sanitarie, che le applicano direttamente al momento dell'erogazione.

Il valore complessivo della compartecipazione alla spesa sanitaria farmaceutica convenzionata e specialistica a carico del SSN presenta un andamento costante nel tempo con una diminuzione, più significativa sulla spesa specialistica, nel 2020. In particolare, questo anno è stato caratterizzato, oltre che dall'impatto dell'emergenza sanitaria, anche dall'abolizione del cosiddetto 'superticket', a partire dal 1° settembre 2020.

### La spesa sanitaria privata

La sempre maggiore digitalizzazione della sanità consente ricognizioni come quelle contenute nel 9° rapporto della *Ragioneria generale dello Stato* 'Monitoraggio della spesa sanitaria', il quale esamina tra l'altro la spesa sanitaria da parte dei cittadini, quale vie-

## L'ascesa delle ricette dematerializzate dalla loro entrata in vigore

Numero ricette in milioni di unità

Fonte: Ministero dell'economia e delle finanze

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 (gen-mag)	Totale
<b>FARMACEUTICA</b>										
Dematerializzate	84	278	446	475	486	486	488	516	224	3.484
Totali	603	589	584	577	572	567	538	550	237	4.817
Quota percentuale	14	47	76	82	85	86	91	94	95	72
<b>SPECIALISTICA</b>										
Dematerializzate	0	17	49	103	132	148	126	165	74	814
Totali	210	210	209	213	216	218	168	206	89	1.739
Quota percentuale	0	8	24	49	61	68	75	80	83	47
Totale dematerializzate	85	295	495	579	617	634	614	681	298	4.298
Totale ricette	813	799	793	790	788	784	706	755	326	6.554
Quota percentuale	10	37	63	73	78	81	87	90	92	66

Tabella 1

ne ricavata dai dati trasmessi al Sistema TS per la dichiarazione dei redditi precompilata (anche se una limitazione proviene dalla possibilità di opposizione alla trasmissione della spesa sanitaria all’Agenzia delle entrate da parte del cittadino). Per il 2021 questa spesa privata ha presentato, dopo il rallentamento registrato nel 2020 (un calo dell’11,6 per cento rispetto al 2019), una significativa risalita, con un aumento del 20,7 per cento rispetto all’anno precedente: un andamento distribuito in maniera sostanzialmente omogenea su tutto il territorio nazionale.

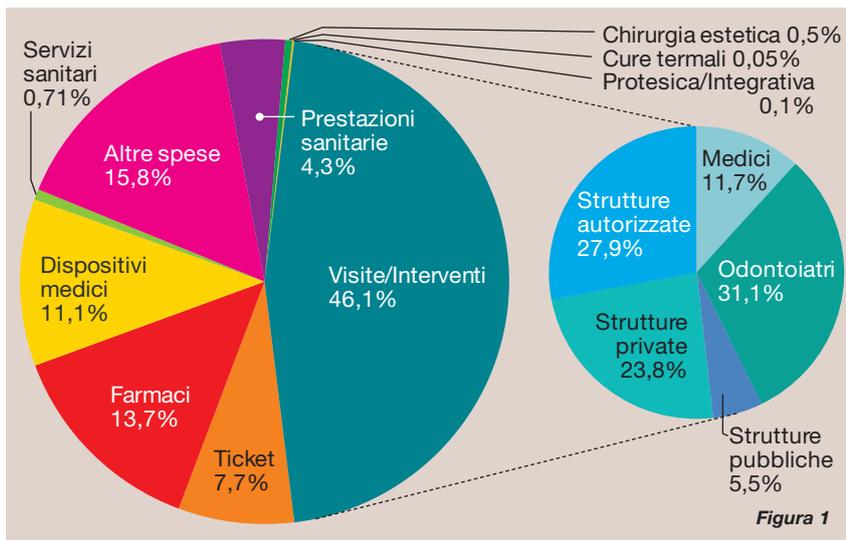
Le spese per visite specialistiche e interventi continuano ad avere un peso prevalente (46,1 per cento) sul totale della spesa a carico dei privati, confermando la tendenza degli anni precedenti. Anche per questo anno, tra l’altro, una grossa fetta spetta ai medici odontoiatri (31,1 per cento del 2021 contro il 33 per cento del 2020). Farmaci e dispositivi medici assorbono, complessivamente, quasi un quarto dell’intera spesa (figura 1).

**Farmaci: spesa pubblica per età**

Per la spesa specialistica e farmaceutica sostenuta dal Servizio sanitario nazionale, a partire dal 2011 i profili del consumo pro capite sono stati stimati sulla base dei dati rilevati con il Sistema TS. Per i farmaci la spesa considerata è quella rilevata tramite ricetta e, quindi, è riferita alla sola componente in convenzione: resta esclusa la quota erogata direttamente dal-

**Che cosa i cittadini hanno pagato in proprio**

Fonte: Ministero dell’economia e delle finanze

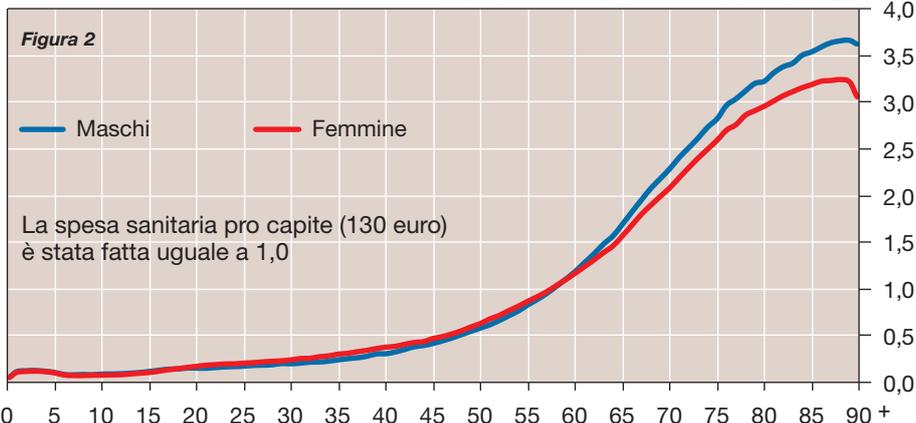


le strutture sanitarie pubbliche. Inoltre, la spesa farmaceutica è rilevata al netto degli sconti e della compartecipazione e, pertanto, corrisponde al costo effettivo di finanziamento sostenuto dal SSN. Nel 2021, per ogni cittadino sono stati spesi per l’assistenza farmaceutica circa 130 euro, con una sostanziale

stabilità rispetto al 2020. La distribuzione per età mostra un andamento in linea con le attese (figura 2): piuttosto bassa nelle età pediatriche, con un massimo attorno ai 4 anni, la spesa cresce lievemente fino ai 50 anni, dove raggiunge un valore di circa 0,6 di quello medio. Poi aumenta in maniera sensibile all’innalzarsi dell’età, fi-

**Spesa farmaceutica pro capite in base all’età**

Fonte: Ministero dell’economia e delle finanze



## Come arrivano i dati sui consumi di farmaci

*L'ampiezza e la capillarità delle informazioni disponibili nel Sistema Tessera sanitaria (TS) e la disponibilità, in tempo reale, dei dati sono le basi da cui, nel 2019, ha preso avvio la collaborazione tra il Ministero dell'economia e delle finanze e l'Agenzia italiana del farmaco (AIFA) per l'utilizzo dei dati relativi alle ricette di assistenza farmaceutica convenzionata del Sistema TS.*

*Avviata con l'analisi dei dati trasmessi dalle Regioni al Sistema TS, in base alla legge 326/2003, ai fini del loro utilizzo per la redazione del Rapporto annuale su 'L'uso dei farmaci in Italia', è proseguita con le edizioni 2018-2019-2020-2021 del Rapporto OSMED e del Rapporto "L'uso degli antibiotici in Italia 2019". In queste pubblicazioni, l'AIFA si è avvalsa dei dati del Sistema TS per l'analisi delle prescrizioni per età e genere e per la misurazione degli indicatori di aderenza e persistenza, nonché di potenziale interazione farmacologica.*

*L'utilizzo e la condivisione delle banche dati del Sistema TS sono stati alla base anche della realizzazione di nuovi strumenti di analisi del consumo di farmaci, a partire dalla creazione di un cruscotto TS di controllo del consumo degli antibiotici, che dal 2020 è diventato parte dell'attuazione del PNCAR (Piano nazionale per il contrasto dell'antimicrobico-resistenza), finalizzato al controllo delle prescrizioni di questa tipologia di farmaci nelle diverse Regioni e Province autonome. Il cruscotto è stato oggetto nel corso del 2022 di modifiche secondo le richieste di approfondimento delle analisi emerse dal confronto con le Regioni.*

*Un ulteriore strumento di analisi e confronto dei dati riguardanti la spesa farmaceutica è stato realizzato all'interno del cruscotto Tessera Sanitaria nel corso del 2020. Questa funzione permetterà alle Regioni e Province autonome di mettere a confronto i dati della spesa convenzionata, presenti nel monitoraggio mensilmente prodotto dall'AIFA, con i dati rilevati dal Sistema TS.*

no a raggiungere, nei settantenni, un livello di circa 5 volte rispetto a quello rilevato per i quarantacinquenni. Oltre gli 85 anni la spesa decresce, in

maniera più apprezzabile per le donne. Questo fenomeno, riscontrabile anche in altri paesi, può essere ricondotto a diversi fattori, fra cui la mag-

giore incidenza, nelle età avanzate, di trattamenti sanitari in strutture, come quelle ospedaliere, dove la prestazione farmaceutica è parte integrante del trattamento. Ma non si può escludere che esistano anche ragioni legate a una diversa incidenza, nella popolazione oltre una certa età, delle patologie e quindi delle terapie farmacologiche a esse associate.

L'andamento è sostanzialmente comune a entrambi i sessi. Si evidenzia, tuttavia, una leggera prevalenza della spesa farmaceutica pro capite per le donne nelle età fertili, e un costo significativamente superiore, oltre i 60 anni, per gli uomini, con uno scarto gradualmente crescente che raggiunge circa il 20 per cento dopo i 90 anni.

### La spesa per aree geografiche

Il livello medio di spesa farmaceutica pro capite è superiore alla media nazionale nel Nord-Ovest, al Centro, al Sud e nelle isole, con uno scarto, rispettivamente, dell'1,8 per cento, del 2,5 per cento, del 9,7 per cento e del 5,2 per cento. Il Nord-Est si colloca sensibilmente al di sotto della media nazionale, con uno scarto del 19,3 per cento.

La regione con la più alta spesa farmaceutica convenzionata pro capite è la Basilicata, che sfiora il 20 per cento di scarto sul valore medio, seguita dalla Sardegna; quella con la spesa più bassa il Trentino-Alto Adige seguita dal Veneto e dalla Val d'Aosta: tutte e tre sono sotto la media di oltre il 20 per cento. ■



# ABBIAMO FARMACI CHE FANNO BENE E FANNO ANCHE DEL BENE.

Fanno del bene a te, che ti puoi permettere lo stesso farmaco a un costo inferiore, e fanno del bene alla sanità pubblica che può concentrare le risorse su terapie più costose, facilitandone l'accesso a chi ne ha bisogno. Ecco perché **i farmaci equivalenti mettono sempre al centro la tua salute e il tuo interesse.**



**AUROBINDO**  
Committed to healthier life!

## Il mercato commerciale della farmacia alle prese con l'attuale impennata dei prezzi al consumo

Viki Nellas

New Line Ricerche di Mercato

**Nei primi dieci mesi** del 2022 il canale farmacia sembra aver reagito senza troppi scossoni al difficile periodo politico-economico che ha caratterizzato lo scorso anno, come conferma la crescita significativa del giro d'affari sia in fatturato (+5,7%) sia in confezioni (+5,2%).

A partire dalla fine dell'estate si sono osservati però i primi segnali di frenata: in settembre si è registrato un fatturato stabile (+0,6%), a fronte di un calo delle confezioni vendute (-1,7%) e tale dinamica è proseguita in ottobre, mese che ha segnato un fatturato totalmente in linea con il 2021 e un ammontare delle confezioni vendute inferiore però dell'1,3%.

La domanda rivolta al canale sta quindi cominciando a rallentare ed è sensato chiedersi se ciò sia un effetto dell'elevata inflazione che sta colpendo il nostro Paese (a ottobre dell'11,8% su base annua secondo l'Istat). Con un effetto sia diretto, causato dall'aumento dei prezzi nell'area commerciale della farmacia, sia indiretto, per il maggiore costo della vita che porta le persone a ridurre consumi non ritenuti strettamente necessari.

La farmacia è un canale non avvezzo

Nonostante la crescita significativa di fatturato e quantità vendute registrata fino a ottobre 2022, a partire dalla fine della scorsa estate si sono osservati i primi segnali di frenata. La domanda rivolta al canale sta rallentando ed è sensato chiedersi come l'impennata dell'inflazione, giunta in ottobre all'11,8% su base annua, si stia ripercuotendo sulla farmacia.

a registrare variazioni rilevanti nei prezzi: tra il 2016 e il 2020 il livello dei prezzi dei prodotti dell'ambito commerciale è rimasto sostanzialmente stabile, con variazioni dell'indice dei prezzi non significative fino al 2019 e al massimo dell'1% fino al 2021.

Qualcosa è cambiato nei primi dieci mesi del 2022, nei quali si osserva all'interno dello stesso anno un incremento del livello dei prezzi superiore al 2%. Come si evidenzia dal Grafico 1 (sezione di destra), l'indice dei prezzi dell'area commerciale in farmacia è cresciuto da gennaio di quasi due punti, molto meno rispetto a quanto abbia registrato l'indice generale Istat, ma questa variazione è assolutamente rilevante per il canale. Il Grafico 1 (sezione di sinistra) mostra infatti, in maniera molto chiara, come l'impennata dell'indice dei prezzi nei primi dieci mesi del 2022 sia assolutamente

anomala rispetto a quanto rilevato negli anni passati.

Analizzando il solo 'commerciale' più da vicino, depurandolo dai prodotti legati al paniere Covid per limitare l'impatto sulle vendite di fattori esogeni quali l'evolversi della pandemia, si può osservare un andamento interessante e correlato all'inflazione in atto: l'apertura di una forbice nella dinamica relativa tra andamento in fatturato e in confezioni. A parità di prezzo medio e di composizione del paniere di acquisto del consumatore, quello che ci si aspetta è un andamento allineato tra valori e volumi e con differenziale tendenzialmente costante. E questo è quanto si è osservato nei primi mesi del 2022 (Grafico 2). A partire da aprile, mese in cui anche l'indice dei prezzi in farmacia ha cominciato a salire (vedi Grafico 1), questa dinamica è mutata, con un fatturato che tende a cre-

## Andamento annuale (2016-2022\*) e mensile dei prezzi vs 2015

\*YTD 10/2022 (anno 2022 da gennaio a ottobre)

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

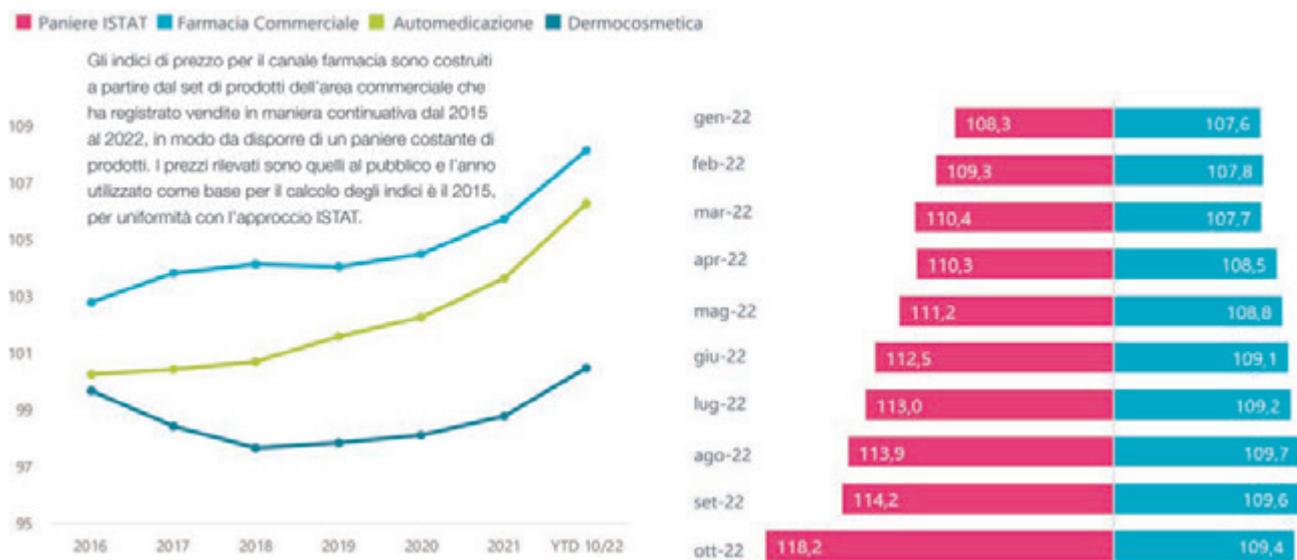


Grafico 1

scere sempre di più rispetto alle confezioni, fino ad arrivare agli ultimi due mesi in cui, a fronte di trend positivi a valori, il differenziale tra volumi del 2022 e del 2021 è diventato addirittura negativo. La presenza di questa forbice mostra, da una parte, che il giro d'affari dell'area commerciale sta beneficiando dell'aumento dei prezzi e, dal-

l'altra, che i volumi di vendita stanno, almeno in parte, risentendo del maggiore costo della vita.

### Automedicazione e Dermocosmesi.

Entrando più in dettaglio all'interno dell'area commerciale si registrano dinamiche inflattive un po' diverse per l'Automedicazione e per la Dermocosmetica. Nel primo comparto l'indice

dei prezzi di cui al Grafico 1 è cresciuto di circa due punti da inizio anno a fronte di un solo punto nel secondo. Ma in entrambi i mercati la forbice tra fatturato e confezioni si è aperta dalla primavera (Grafico 3) ed è interessante notare come sia sempre maggiore nel caso dei prodotti dermocosmetici. Ciò riflette la maggiore sensibilità al prez-

## Area commerciale 2022\*: andamenti mensili in quantità e valori

\*Anno mobile 11/2021-10/2022

Fonte: New Line Ricerche di Mercato



\* Dal commerciale sono stati esclusi i tamponi (servizio e self-test), le mascherine e i gel igienizzanti mani.

Grafico 2

## Automedicazione e Dermocosmetica: andamenti mensili 2022\*

\*Anno mobile 11/2021-10/2022

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

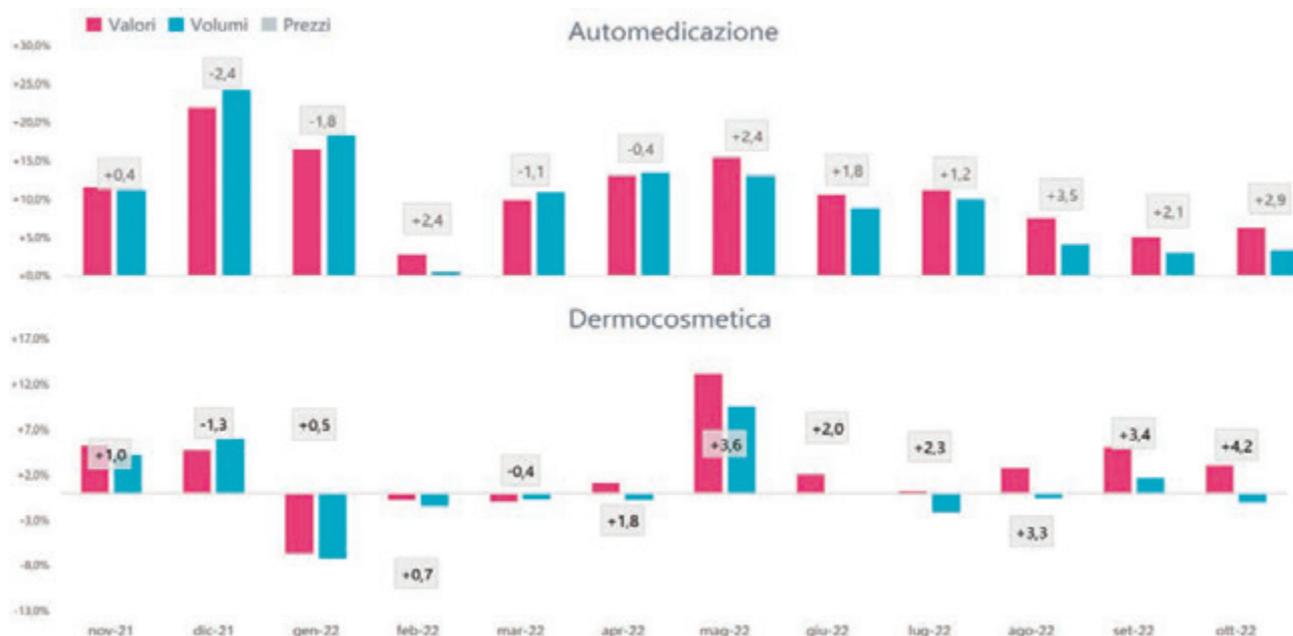


Grafico 3

zo che il consumatore denota per quei prodotti che ritiene probabilmente meno indispensabili, perché non fortemente legati a un contesto di cura e di prevenzione (come si ricorda anche nel periodo pandemico la Dermocosmesi è stata la più penalizzata, proprio per questa sua connotazione maggiormente 'commerciale'). La conseguenza è che, pure a fronte di un incremento dei prezzi inferiore, il calo (relativo o assoluto) delle confezioni vendute è maggiore nel mondo della Dermocosmesi rispetto a quello dell'Automedicazione. Ancora dal Grafico 3 si può osservare molto spesso un andamento negativo dei volumi di vendita della Dermocosmetica, a fronte di risultati comunque positivi dell'Automedicazione, che continua ad essere sostenuta dalla domanda di cu-

ra legata alle varianti Covid e alle patologie simil-influenzali di nuovo molto diffuse.

**Fasce di prezzo e scelte di consumo.** Quando la dinamica inflattiva diventa importante, è logico attendersi uno spostamento delle scelte del consumatore verso prodotti meno costosi o più convenienti, come in questi mesi si sta chiaramente osservando nel mondo della GDO. La farmacia è però un canale particolare, in cui la domanda è associata in prima battuta a una necessità di cura, prevenzione e ricerca di benessere e questo porta con sé, in linea teorica, una minore disponibilità al cambio di abitudini di consumo. Per comprendere se è in atto uno spostamento di consumi tra diverse fasce di prezzo, i prodotti dell'ambito commerciale sono stati sud-

divisi in quattro cluster: basso prezzo (0-5 €), prezzo medio basso (5-10 €), prezzo medio alto (10-15 €) e prezzo alto (>15 €).

Il Grafico 4, che rappresenta per il totale commerciale la quota di confezioni vendute nelle varie fasce di prezzo e la loro variazione rispetto allo stesso periodo del 2021, mostra una dinamica molto interessante. Nei primi tre mesi dell'anno non si sono registrati andamenti particolarmente rilevanti in termini di variazione nel peso relativo dei volumi di vendita tra le varie fasce di prezzo. I prodotti tra i 5 e i 15 euro hanno mantenuto sostanzialmente stabile il loro contributo alle vendite commerciali totali, mentre si osserva un po' di aumento di vendite nella fascia più economica (+1,8 punti di quota rispetto allo stesso trime-

## Area commerciale: andamento quota in quantità per fasce di prezzo

Quota 2021 e variazioni gen-mar 2022/gen-mar 2021 e apr-ott 2022/apr-ott 2021

Fonte: New Line Ricerche di Mercato



Grafico 4

stre del 2021) a fronte di una riduzione più o meno simile (-1,3 punti quota) nella fascia ad alto prezzo. A partire da aprile, invece, la situazione è decisamente cambiata: si osserva una riduzione importante nei volumi di vendita dei prodotti a basso prezzo (-6,4) compensata da un aumento generalizzato delle vendite dei prodotti più costosi, in particolare nella fascia superiore ai 15 euro. Sembra quindi che, almeno per il momento, in farmacia non si stia osservando un cambiamento radicale nelle scelte di acquisto del consumatore, che pare non aver mutato in maniera rilevante le sue

preferenze di acquisto, continuando a scegliere i prodotti di prima nonostante il loro prezzo sia aumentato. L'incremento dei prezzi sembra spingere il consumatore a scegliere tra acquistare e non acquistare o tra acquistare come prima o con frequenza inferiore (la forbice tra dinamica in fatturato e dinamica a pezzi evidenzia proprio questo aspetto), ma non tanto a cambiare prodotto. Ciò non è anomalo in un canale in cui la ricerca di salute spinge verso consumi specifici e alla fedeltà a un dato prodotto, rendendo meno semplice la sostituzione, anche quando la ricerca di convenienza è ben

presente nel consumatore.

In tema di salute è interessante osservare cosa accade nel principale mercato commerciale della farmacia, l'Automedicazione. Anche in questo caso (Grafico 5) si osserva un cambiamento tra il primo trimestre del 2022 e i mesi successivi, caratterizzati da una riduzione della quota di volumi associati a prodotti dal prezzo inferiore ai 10 euro (-2,3 punti quota) e da un corrispondente aumento dei consumi ad alto prezzo, in particolare nella fascia superiore ai 15 euro.

Questa stessa dinamica, ancora più marcata, si evidenzia anche nel mer-

## Automedicazione: andamento quota in quantità per fasce di prezzo

Quota 2021 e variazioni gen-mar 2022/gen-mar 2021 e apr-ott 2022/apr-ott 2021

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

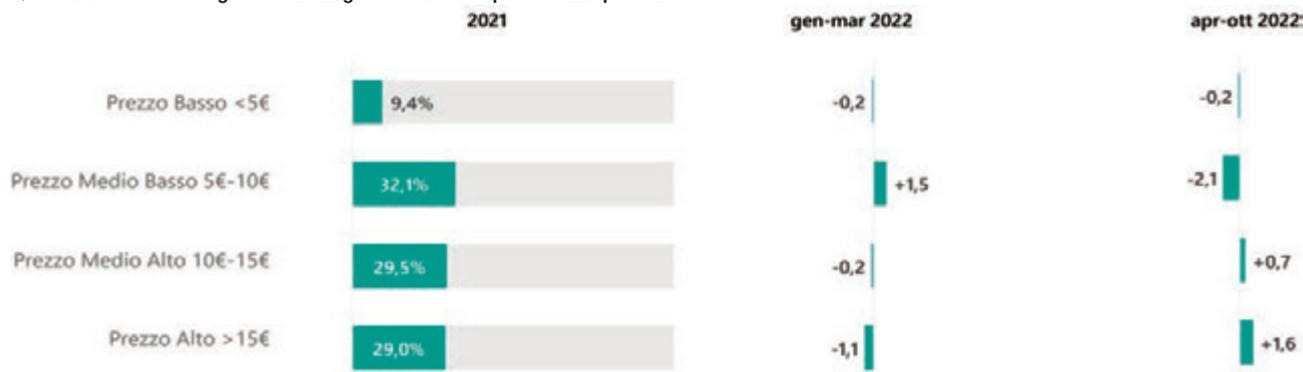


Grafico 5

## Dermocosmetica: andamento quota in quantità per fasce di prezzo

Quota 2021 e variazioni gen-mar 2022/gen-mar 2021 e apr-ott 2022/apr-ott 2021

Fonte: New Line Ricerche di Mercato



Grafico 6

cato della Dermocosmetica (Grafico 6). In questo caso i prodotti dal prezzo maggiore sono quelli che rappresentano, già in partenza, la quota più elevata a volumi e sono anche i soli che registrano, a partire dalla primavera, un forte incremento nei volumi di vendita (+6,4). Anche in un mercato dalla connotazione maggiormente commerciale il consumatore non si sta orientando verso prodotti meno costosi ma sembra che stia seguendo i prodotti nel loro percorso di aumento di prezzo. L'assortimento specifico del-

la farmacia e la fedeltà alla marca, molto forti nel mercato dermocosmetico sono probabilmente le principali ragioni di questa tendenza.

**Dinamiche inflattive.** Infine, un ultimo sguardo generale all'andamento del comparto commerciale conferma che l'inflazione in atto ha colpito anche la farmacia. Il Grafico 7 rende un'immagine molto nitida di quanto è accaduto nel corso del 2022. La percentuale di volumi di vendita associata a prodotti che hanno registrato un incremento dei prezzi rispetto all'an-

no precedente è diventata sempre maggiore e nel mese di ottobre ha raggiunto quasi il 50%, segnando una crescita rispetto al primo trimestre di quasi 15 punti percentuali, a riprova della rapidità con cui l'inflazione sta crescendo. Dal Grafico 7 emergono anche altre interessanti evidenze. Innanzi tutto, da aprile solo il 30% circa delle confezioni vendute è associato a prodotti che non hanno sperimentato alcun incremento di prezzo, a riprova di come l'aumento generalizzato dei prezzi non abbia risparmiato

## Dinamiche inflattive trimestrali in farmacia 2022\* vs 2021

\*YTD a ottobre 2022

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

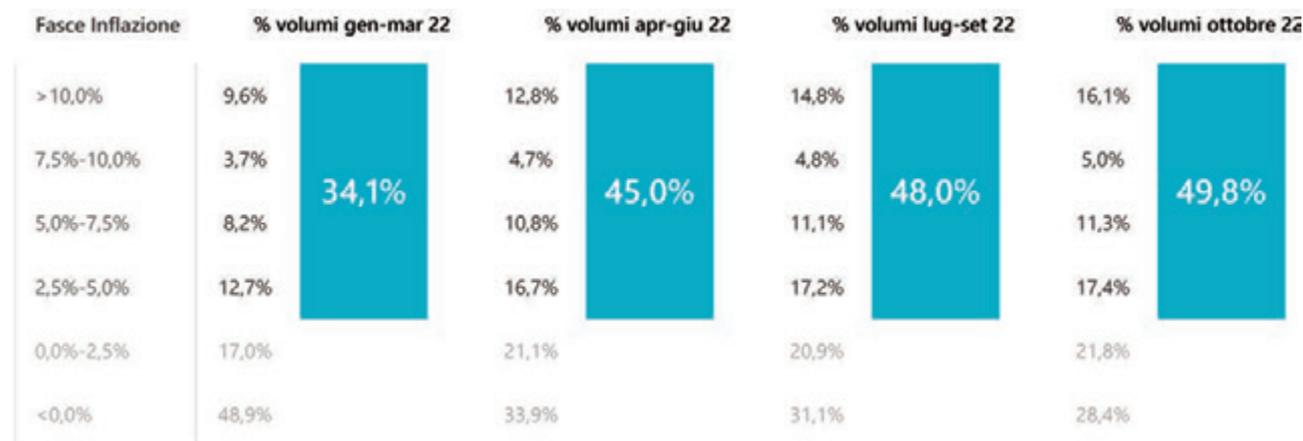


Grafico 7

# Alimenta il formidabile che c'è in te

I batteri che compongono la nostra flora intestinale svolgono tante azioni benefiche: **stimolano e potenziano il nostro sistema immunitario**, formano **barriere contro gli agenti esterni e ci supportano ogni giorno...**

...come

## FlorMidabil DAILY che con **70 miliardi di fermenti lattici vivi**

è l'alleato ideale  
del tuo intestino  
giorno dopo giorno

NOVITÀ Low sugar\*



Da oggi anche per le persone  
che soffrono di **iperglicemia o diabete**  
o per chi desidera non aggiungere  
zuccheri in eccesso alla  
propria **dieta**

\*Con il 90% di zuccheri in meno rispetto alla formulazione precedente.



seguici su  e 

alvita®

# Nuova linea BABY

Coccole e morbidezza  
per la pelle del tuo bimbo



## Confronto tra canali e andamento 2021-22\* delle rispettive quote

\*YTD 10/2022

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

	Periodo	Valori (Mio€)	Trend	Prezzo Medio	Quota del Canale (Val) & Δ P.TI	Quota del Canale (Vol) & Δ P.TI
FARMACIA	2021	10.497	+2,0%	11,34 €	63,6% (+0,1)	96,2% (-0,1)
	YTD 10/2022	9.063	+5,0%	11,63 €	61,9% (+0,9)	35,9% (+1,4)
PARAFARMACIA	2021	1.109	+0,2%	10,75 €	6,7% (+0,1)	4,0% (-0,1)
	YTD 10/2022	946	+4,3%	11,00 €	6,7% (+0,0)	4,0% (+0,0)
MASS MARKET	2021	4.050	-0,8%	2,80 €	24,5% (-0,7)	56,5% (+0,4)
	YTD 10/2022	3.574	+3,7%	2,86 €	25,2% (+0,0)	57,4% (+0,1)
ONLINE	2021	845	+18,1%	10,13 €	5,1% (+0,7)	3,3% (+0,5)
	YTD 10/2022	596	-15,4%	9,92 €	4,2% (-0,9)	2,8% (-0,4)

Tabella 1

neppure la farmacia. In secondo luogo, una quota parte importante dei volumi venduti è legata a prodotti che hanno registrato un incremento del loro prezzo di vendita superiore al 10%. Il fenomeno inflattivo non è quindi solo diffuso ma ha cominciato ad assumere una dimensione assolutamente rilevante.

### Migrazione di consumi tra canali.

Come possono reagire i consumatori alla dinamica in atto? Una possibile strategia è quella di cercare convenienza in altri canali, un po' come nel mondo della GDO avviene nello spostamento tra grande distribuzione classica e discount. Nel periodo pandemico le persone hanno acquisito l'abitudine di rivolgersi a più canali, come conferma l'esplosione delle vendite online. In questa fase, qualora a un canale fosse associato un livello di prezzo inferiore a parità di offerta, il consumatore potrebbe indirizzare i suoi acquisti fuori dalla farmacia.

Considerando il peso relativo dei tre canali nel quale è possibile trovare un assortimento in linea con quello della

farmacia, quindi parafarmacia, mass market e online, non sembra, in questa fase, che sia in atto un processo di migrazione. La Tabella 1 mostra che tutti i canali sono in crescita nei primi dieci mesi del 2022, a eccezione dell'online, che si sta assestando su un nuovo equilibrio dopo due anni di forte crescita e che sta risentendo del fisiologico ritorno ai canali territoriali. La performance positiva della farmacia è però la migliore e questo conferma che il canale non sta perdendo peso nei primi dieci mesi del 2022, né a valori né a volumi, ma anzi che sta recuperando quanto perso nei due anni di pandemia a favore dell'online. Ciò si osserva nel grafico all'interno della Tabella 1, nel quale è rappresentata la quota di ogni canale a valori e a volumi, con il relativo differenziale rispetto all'anno passato: la quota della farmacia è in crescita nel progressivo a ottobre in entrambe le dimensioni, nonostante il prezzo medio dell'ambito commerciale in farmacia sia più elevato rispetto a quello degli altri canali. Considerando il prezzo medio si no-

ta che i canali più simili tra loro in termini di assortimento sono maggiormente allineati: farmacia e parafarmacia si discostano infatti di poco e l'online registra livelli di prezzo mediamente inferiori del 20% rispetto alla farmacia. Molto diverso, invece, il prezzo medio del mass market, complessivamente inferiore del 75%. Dietro questo elevato differenziale si nasconde sia un tipo di acquisto differente in termini di prodotti (a parità di categoria di appartenenza), sia il ruolo molto importante che le *private label* della grande distribuzione giocano nel canale.

L'analisi dei dieci mesi trascorsi del 2022 ci mostra una farmacia che, dopo anni di stabilità, è stata sottoposta all'ennesimo shock esogeno importante. Dopo la pandemia è arrivata anche l'inflazione a modificare le dinamiche del canale. Al momento gli effetti che si registrano sono ancora contenuti ma sarà interessante osservare se e come, nei prossimi mesi, la sempre maggiore pressione al potere d'acquisto delle famiglie impatterà sulle performance della farmacia. ■

## È sempre meglio dire la verità, tutta la verità, nient'altro che la verità... Oppure anche no?

**Francesco Fabris**  
Consulente di marketing

### **Ottavo, non dire falsa testimonianza**

Anche se è più corretto parlare 'delle' verità piuttosto che 'della' verità (raramente ce n'è una sola incontestabile), la sincerità è il migliore biglietto da visita e il più forte collante nella relazione tra le persone. Pure nel caso del rapporto tra cliente e fornitore il fattore più importante è indubbiamente la fiducia, che si ottiene costruendo un legame trasparente ed evitando accuratamente la menzogna.

Se è vero che, per ottenere credito nel mondo degli affari bisogna avere la competenza necessaria e la struttura idonea a fornire i beni o i servizi oggetto del rapporto economico, è anche necessario che la relazione con i clienti sia regolata da franchezza e buona fede. Unica osservazione: visto il rapporto asimmetrico che sussiste tra fornitore e cliente, quest'ultimo può permettersi qualche piccola licenza, che compensa con il fatto che rimpingua il conto in banca del suo interlocutore.

Vedremo alcuni aspetti particolari della mancanza di verità. Casi in cui una relazione non è trasparente e altre fatidiche specie di assenza di buona fede:

Nel mondo degli affari, del marketing e della pubblicità dire la verità è sempre premiante, dato che mancanza di franchezza e buona fede prima o poi vengono alla luce, con risultati disastrosi per i mentitori. Tuttavia, la storia è piena di bugie e relazioni non trasparenti: di seguito alcuni aspetti particolari nei rapporti con i 'diversamente sinceri'.

quello che succede quando si ha a che fare con i 'diversamente sinceri'.

### **Grandi personaggi, grandi mentitori**

Ci sono mentitori anche tra coloro che hanno lasciato un segno nella storia, nella letteratura o nell'immaginario collettivo.

Ai primi posti va messo Ulisse, grande eroe mitologico, che si distinse per l'inganno del cavallo rifilato ai troiani e che fu per questo collocato da Dante nell'inferno tra i consiglieri fraudolenti. In realtà, la figura di Ulisse, così come è stata tramandata da Omero e dalle leggende connesse, piaceva molto all'autore della Commedia, che gli assegnò la punizione eterna, ma nel contempo gli dedicò versi immortali, prendendolo come simbolo dell'uomo teso alla scoperta, sempre pronto a sfidare l'ignoto.

Cambiamo settore: Abramo è un personaggio che occupa un posto importante nell'ebraismo, nel cristianesimo e nell'islamismo. C'è però qualche macchia nel suo comportamento, in quanto mentì prima al re Abimelech e poi, esule in Egitto, al faraone sul rapporto parentale che aveva con Sara, presentata come sorella, mentre era sua moglie, permettendo addirittura che finisse pro tempore nell'harem del sovrano dell'Egitto. Questo perché temeva che la bellezza della pur matura Sara inducesse qualcuno a togliere di mezzo il marito, mentre come fratello poteva avere soltanto che vantaggi dagli spasimanti della donna che potevano sperare in una sua benevola mediazione. Ora, la menzogna è peccato grave per le Religioni del Libro, ma ciò non impedì ad Abramo di diventare un grande patriarca ricordato e riverito.

Rimanendo nel campo della religione, niente male nemmeno l'exploit di San Pietro, che negò per tre volte di conoscere Gesù. Di fronte a certi esempi, noi, piccoli uomini, ci sentiamo meno miseri quando non rispettiamo la verità.

Richard Nixon fu il presidente americano che chiuse la guerra del Vietnam e che riconobbe la Cina Popolare. Da

tura alla presidenza. La didascalia diceva: "Compresterete da quest'uomo una macchina usata?".

### Tassonomia delle bugie

Se ascoltiamo il grande scrittore e umorista americano Mark Twain, le menzogne sarebbero di tre tipi: le bugie, le bugie sfacciate e le statistiche (*lies, damned lies and statistics*). Lo

- propone troppi o troppo pochi dati;
- nasconde il margine statistico di incertezza;
- suggerisce modelli fuorvianti;

E, infine, la nostra interpretazione può essere errata se il grafico soddisfa i nostri desideri, le nostre aspettative, i nostri pregiudizi: potrebbe capitarci di leggere qualcosa di più di quello che realmente vi si trova.



qualunque lato si guardi, fu un grande statista, anche se non ebbe sempre un rapporto limpido con la verità. "Se potesse parlare dai due angoli della bocca, direbbe due bugie contemporaneamente", dissero di lui gli avversari politici. E, dato che aveva un aspetto talora vagamente inquietante, una sua foto fu usata dai democratici per ostacolare la sua candida-

confirma uno statistico spagnolo che lavora negli USA, Alberto Cairo, nel libro *Come i grafici mentono*, in cui dice che qualsiasi grafico derivato da statistiche, per quanto ben concepito, può fuorviare se non si sta più che attenti. Nel merito, un grafico può mentire se:

- è progettato in maniera inadeguata
- usa dati sbagliati;

C'è chi invece classifica le menzogne usando i colori e parla di bugie nere, blu e bianche. Le bugie nere sono quelle classiche, dette per avere vantaggi o per evitare meritate punizioni: il bambino, magari con la faccia sporca di marmellata, che giura di non aver toccato la confettura, il politico che fa promesse che sa di non poter mantenere, l'imbonitore che rivendica qua-

## Due termini antitetici, ed ecco l'ossimoro

*Un accostamento di termini antitetici: ecco cos'è l'ossimoro. Usato abbondantemente anche dai maestri della nostra letteratura, che ci hanno lasciato la "dolcezza amara" (Giusti), la "concordia discorda" (Foscolo), il "rombo silenzioso" (Montale). Nella musica, ricordiamo il "suono del silenzio", di Simon e Garfunkel, sui giornali troviamo "silenzio eloquente", "stima esatta", "assenza ingombrante". E ancora: "attimo infinito", "falsa verità", "pacifista agguerrito", "dotto ignoranza". Il "dead walking", il morto che cammina, è un titolo che si dà a un condannato alla pena capitale. "Ghiaccio bollente" fu definita Anita Ekberg, conturbante attrice che arrivava dal gelo della Svezia. In Italia, il Paese del "qui lo dico e qui lo nego" (e della non belligeranza, e della non sfiducia), abbiamo avuto partiti "di lotta e di governo". E comunque italiano è il record mondiale nel campo degli ossimori: le inarrivabili "convergenze parallele", che qualcuno attribuisce a Eugenio Scalfari e altri ad Aldo Moro.*

lità che i suoi prodotti non possiedono, il coniuge che dichiara al partner di essere sempre stato sincero nel rapporto di coppia.

Le nere sono le peggiori, ma ci vuole cautela anche con le bugie blu, che non sono dette a vantaggio del mentitore ma del suo gruppo di appartenenza: sono le menzogne di chi ruba per il partito e non per se stesso o di chi nasconde le magagne dei suoi. Chi dice le bugie blu ritiene che il proprio gruppo politico o la propria confessione religiosa siano portatori di un bene superiore e non vuole infangarli, ma non ha riguardo per chi ne fosse stato danneggiato o non dovesse pensarla allo stesso modo.

Le bugie bianche spesso meritano rispetto. Sono quelle dette per non fe-

rire qualcuno. Le cure compassionevoli possono alleviare i problemi di un malato terminale, non spegnendo l'estrema fiammella della speranza. Una verità non detta a un moribondo può risparmiargli l'ultimo dolore e aiutarlo ad avere un trapasso sereno.

Non sappiamo se risponda a verità, ma abbiamo sentito che, per l'imperatore Francesco Giuseppe, quasi novantenne, si stampava negli ultimi giorni della sua vita un giornale speciale, dove l'Austria-Ungheria vinceva battaglie inesistenti e la Potenza Mitteleuropea si avviava non in direzione della dissoluzione ma verso un futuro radioso.

Un po' bianche e un po' blu le mezze verità di Costantino, imperatore romano, che spingeva i suoi soldati alla

vittoria anche sulla base di sogni e di segnali che solo lui asseriva di aver visto.

E così si può dire anche di Cristoforo Colombo, che dovette forzare un po' la realtà per convincere i suoi marinai ad andare avanti nel suo viaggio oceanico. Chissà quante altre volte condottieri o capi spedizione colorirono la verità di particolari di fantasia per motivare i loro uomini.

### Il paradosso del mentitore

Talvolta non è facile capire se uno sta dicendo la verità o una bugia. Un cretese autorevole disse: "i cretesi mentono sempre". Nella frase appena citata di Epimenide di Creta è presente uno dei paradossi tanto amati dai greci: cosa doveva esserci di meglio all'ombra del Partenone, duemilacinquecento anni fa, che raccontare agli amici gli ultimi pettegolezzi raccolti nell'agorà o giocare con la logica, cercando di trovare la soluzione di un paradosso?

E quindi ecco l'antinomia del mentitore, un'affermazione che è falsa se è vera ed è vera se è falsa. Un po' come ciò che Cary Grant afferma nel film *Sciarada*, descrivendo una situazione dove ci sono due tribù di nativi, quella dei sinceri Piedi Bianchi e quella dei bugiardi Piedi Neri, che vivono assieme. Da quelle parti, inutile chiedere informazioni, perché gli interlocutori non sono distinguibili, e allora non si saprà mai se chi parla mente o dice la verità.

Altri casi di false verità o di bugie ve-

# INARRESTABILI !

## GIORNO E NOTTE

### MAGNESIUM B2

Magnesium B2 è un prodotto innovativo che aiuta il corpo ad affrontare più facilmente lo stile di vita moderno e frenetico.



UNA BUSTINA  
AL GIORNO  
Arancia - Lime



Il magnesio e la vitamina B2 contribuiscono alla riduzione di stanchezza, affaticamento e spossatezza



Inoltre il magnesio contribuisce alla normale funzione muscolare.



NUOVO

KRKA

“Qualità e risparmio  
allo stesso  
tempo?!”

*Straordinario!”*



Alvita offre una gamma completa di prodotti per la cura del paziente che include medicali, diagnostici, supporti ortopedici, occhiali da lettura e prodotti per la cura e l'igiene quotidiana.

Alvita rappresenta l'alternativa di qualità ad un prezzo conveniente, ha infatti un ottimo rapporto qualità-prezzo e si rivolge in particolar modo ai pazienti che ricercano la professionalità della farmacia ma con la giusta convenienza.

Per saperne di più chiedi al tuo farmacista

Scegli  alvita™

ritiere sono gli ossimori, laddove si accostano termini antitetici, come 'lucida follia' o 'pace bellicosa'. Qualche volta i due concetti sono solo apparentemente in contrasto, come nel caso di *festina lente* dei latini, dove si parla di velocità e di lentezza. Però il significato è quello, perfettamente logico, di raccomandare che un'accelerazione sia lenta e progressiva. Altre volte, come nel caso di 'silenzio assordante', la frase è pienamente accettabile: ci si riferisce a un fatto che richiederebbe una reazione immediata e che colpevolmente non viene commentato o stigmatizzato come si dovrebbe. Altre volte si tratta di frasi scherzose, come quando si afferma che nelle frasi 'cucina inglese' o 'marketing bancario' ci sono termini in opposizione tra loro.

Infine, qualcuno mette pure gli aforismi tra le mezze bugie, dicendo che sono o una mezza verità o una verità e mezza. Ma in ogni caso, soprattutto di questi tempi, anche una mezza verità non è da disprezzare.

### **Marketing e pubblicità**

Nel mondo economico, viene assegnato il Nobel della menzogna agli uomini di marketing, in modo particolare quando si occupano di pubblicità. È evidente che, essendo i responsabili della comunicazione aziendale, hanno maggiori possibilità di mentire, anche se talvolta non scherzano neppure alcuni contabili parlando con il fisco... Ma sono i cattivi contabili di cattive società. In realtà in pubblicità si

raccomanda di dire soltanto cose vere. Il massimo consentito è la cosiddetta 'verità detta bene'. Qualche imperbole, un uso accurato delle parole (solo quelle positive!), una visione ottimistica del futuro.

### **Mentire è impegnativo**

Una cosa bisogna riconoscere ai mentitori: che svolgono un compito difficile. Un esperimento scientifico condotto presso l'università di Portsmouth, in Gran Bretagna, ha provato che non è banale sostenere una menzogna, soprattutto se la mente è occupata anche a pensare ad altro. Un mentitore senza altre priorità in testa può co-

struire la sua falsa verità senza troppi problemi, risultando credibile più o meno come una persona sincera. Ma se deve pensare contemporaneamente a qualcos'altro di importante, compito assegnato ad alcuni volontari del test, il cervello del mentitore è in difficoltà.

Ci sono particolari da inventare e da far quadrare, ci vuole tempo e calma, e se non è così si suscitano dubbi negli interlocutori inserendo dettagli poco credibili e correndo il perpetuo rischio di contraddirsi. La verità scorre con facilità, la menzogna va in salita e non è prerogativa di tutti riuscire a gestirla bene. ■

## **Paradossi dalla Grecia antica**

*I primi paradossi conosciuti sono sottoprodotti della filosofia greca, quella che ha forgiato il pensiero occidentale. A far lavorare il cervello, si trovano alcune sacche della logica dove i greci amavano andare a frugare. Abbiamo già citato il paradosso del mentitore, che si trova in varie versioni. Una di queste è "questa frase è falsa".*

*Di paradossi, anche interessandosi soltanto a quelli dell'antica Grecia, ce ne sono però parecchi altri. Ricordiamo quello dell'onnipotenza. Un dio onnipotente può per definizione fare tutto. Ma può creare un essere che non sia soggetto alla sua onnipotenza?*

*Noti anche i paradossi di Zenone, che si studiano al liceo. Ricordiamo quello che afferma che Achille, più veloce, non potrà mai raggiungere una tartaruga alla quale abbia concesso un vantaggio prima della gara. Se c'è un handicap di venti metri, nel tempo in cui l'eroe greco li percorre la tartaruga avrà avanzato, diciamo, di un metro. E quando Achille percorre il metro, la tartaruga avrà fatto 5 centimetri. E così avanti. Niente da fare, per quanto possa essere lento, il rettile farà un pezzettino di strada, tenendosi sempre alle spalle il figlio di Teti.*

## *Fortilase Cell, un aiuto per la pelle a buccia d'arancia*

**Prendersi cura** della propria pelle vuol dire non solo voler bene al proprio corpo, ma anche sentirsi meglio con sé stessi e con il proprio aspetto. Una pelle sana è sinonimo di buona salute così come un fattore estetico importante per tantissime donne.

Uno dei fenomeni più frequenti legati alla cute del corpo è il cosiddetto effetto 'buccia d'arancia'. La pelle a buccia d'arancia è una alterazione del tessuto cutaneo che provoca un effetto simile appunto alla buccia di un'arancia, ovvero buchini più o meno profondi sulla superficie cutanea. È una conseguenza diretta della cellulite, disturbo cutaneo tra i più comuni e diffusi che solo in Italia colpisce circa il 90% delle donne.

Le cause alla base possono essere di diversa natura, tra le quali la più frequente è uno squilibrio a livello della microcircolazione capillare che provoca una fuoriuscita di liquidi nello strato più profondo della pelle e una difficoltà nel loro riassorbimento.

Una dieta equilibrata e a limitato contenuto di zuccheri e grassi, un consumo ridotto di alcol e uno stile di vita attivo contribuiscono in maniera signifi-

cativa a contrastare tale squilibrio. Quando questo non basta, può essere utile integrare la dieta con soluzioni mirate, tendenti a riequilibrare il normale funzionamento del microcircolo e il regolare assorbimento dei liquidi in eccesso.

*Fortilase Cell* è un integratore alimentare studiato appositamente per ridurre il fastidioso inestetismo della cellulite. I suoi componenti svolgono una funzione drenante e favoriscono la funzionalità del microcircolo, delle vie urinarie e il trofismo del tessuto connettivo, aiutando a ridurre l'effetto della pelle 'a buccia d'arancia'.

*Fortilase Cell*, Integratore alimentare in compresse, è a base di Bromelina, E-

- La Bromelina è enzima proteolitico contenuto nell'estratto vegetale del gambo di Ananas utile a favorire il drenaggio dei liquidi corporei.

- L'estratto di Caffè Verde è ottenuto con un procedimento particolare che consente di ridurre la caffeina a valori inferiori al 2%.

- Il Meliloto aiuta il mantenimento delle fisiologiche caratteristiche di permeabilità dei capillari e favorisce il drenaggio linfatico

- L'estratto di Ippocastano risulta utile nel favorire la funzionalità del microcircolo.

- L'Equiseto, grazie al suo contenuto di silicio, contribuisce al drenaggio dei liquidi corporei e alla funzionalità delle

vie urinarie; favorendo inoltre il trofismo del tessuto connettivo

*Fortilase Cell* in sintesi

- azione sinergica: aiuta a ripristinare il microcircolo e a normalizzare il tessuto adiposo;

- la sua attività è supportata da studi clinici di valutazione ecografica e termografica;

- facile da assumere anche fuori casa, grazie al pratico formato in compresse;

- è un prodotto senza glutine.

Modalità d'uso consigliata: una compressa al giorno.

*Fortilase Cell* è un prodotto Viatris, Confezione 30cps, prezzo consigliato al pubblico €30,90. In vendita in farmacia. ■



stratto di Caffè Verde, Meliloto, Ippocastano ed Equiseto.

*Fortilase Cell*, grazie alla sua formulazione, apporta tutti i vantaggi derivati dalla sinergia degli ingredienti attivi completamente naturali che lo compongono.

## Isomar Spray Igiene Quotidiana, l'alleato delle mucose nasali

**I lavaggi nasali quotidiani** a base di acqua di mare aiutano a preven-

nire il raffreddore nei bambini e negli adulti. Utili per favorire il benessere respiratorio, le soluzioni saline contribuiscono a mantenere le mucose nasali pulite e a evitare l'adesione di polveri, virus, batteri e allergeni.

I lavaggi nasali hanno il ruolo di proteggere dalle aggressioni esterne, aiutare nell'eliminare le secrezioni, rimuovere le impurità, favorire la naturale umidità

della mucosa e prevenire le infezioni. Per questo, il consiglio è di prendersi cura quotidianamente dell'igiene nasale con *Isomar Spray Igiene Quotidiana*, un dispositivo medico a base di acqua di mare delle Cinque Terre. L'acqua di mare è la fonte di tutte le forme

di vita biologica: ricca di minerali e oligoelementi, tra i quali rame, zinco e manganese.

Grazie alla sua azione fluidificante, *Isomar Spray Igiene Quotidiana* può essere usato anche quotidianamente per incrementare l'umidità delle mucose nasali. Nei bambini, a partire dai 12 mesi, che non hanno ancora maturato una completa padronanza nel soffiare il naso, favorisce una maggiore pervietà delle narici; nell'adulto, consente un miglior drenaggio delle mucose nasali.

Indicato per l'igiene quotidiana del naso, *Isomar Spray Igiene Quotidiana* è un alleato in caso di raffreddori, sinusiti e riniti allergiche, perché libera la mucosa dagli allergeni come pollini e polveri. La sua attività idratante e lenitiva dona rapido sollievo.

Grazie all'originale nebulizzatore auricolare aggiuntivo per la pulizia dell'orecchio, *Isomar Spray Igiene Quotidiana* aiuta a prevenire la formazione di tappi di cerume e consente l'eliminazione di impurità.

Formato: 100 ml, prezzo al pubblico consigliato 13,90€.

## PreAftir Lozione Spray, una barriera per i pidocchi

**Uno dei problemi più diffusi** legati al benessere dei capelli, in particolare nei più piccoli, è rappresentato

dai pidocchi. Questi piccoli parassiti si insediano sul cuoio capelluto dell'ospite e possono provocare una serie di fastidiosi disturbi, dal semplice prurito fino all'arrossamento. Quando trovano un ambiente favorevole, iniziano a moltiplicarsi e diventa ancora più difficile contrastarli. Per questo è fondamentale prevenirne l'insediamento e la proliferazione, proteggendo capelli e cute e creando una vera e propria barriera contro questi ospiti indesiderati.

*PreAftir Lozione Spray Protettiva* è un complemento cosmetico, con estratto vegetale di Neem, che aiuta a proteggere e a mantenere in buono stato i capelli, creando un ambiente sfavorevole all'insediamento dei pidocchi. Migliora, inoltre, la pettinabilità dei capelli facilitando la rimozione meccanica delle eventuali lendini presenti.

*PreAftir Lozione Spray Protettiva* asciuga rapidamente, non unge e lascia i capelli morbidi. Modalità d'uso: nebulizzare uniformemente ogni mattina sui capelli asciutti e applicare soprattutto in corrispondenza della nuca e dietro le orecchie, avendo l'accortezza di sollevare i capelli, senza risciacquare.



**Febbraio: promozioni in evidenza**

(Validità: 28/01 - 04/03/2023, salvo esaurimento anticipato scorte)

Codice	IVA	Quantità minima	Pezzi omaggio	Prezzo netto offerta (€)
--------	-----	-----------------	---------------	--------------------------

**VETERINARI**

**BAYTRIL VET. OS 10 CPR 150 MG**

100155148	10	3		<b>20,416</b>
-----------	----	---	--	---------------

**BAYTRIL VET. OS 10 CPR 15 MG**

100155124	10	3		<b>9,883</b>
-----------	----	---	--	--------------

**BAYTRIL VET. OS 10 CPR 50 MG**

100155136	10	3		<b>11,473</b>
-----------	----	---	--	---------------

**BAYTRIL-OTIC VET. EMULS.15 ML**

103829014	10	3		<b>12,273</b>
-----------	----	---	--	---------------

**BAYTRIL VET. 2,5% OS FL 100 ML**

100155086	10	3		<b>33,235</b>
-----------	----	---	--	---------------

**BAYTRIL FLAVOUR 1 FL 8,5 ML 25 M**

104308010	10	3		<b>13,692</b>
-----------	----	---	--	---------------



**VETERINARI**

**DRONCIT VET. 6 CPR 50 MG**

100388038	10	3		<b>18,099</b>
-----------	----	---	--	---------------

**DRONCIT SPOTON VET. 4 TB 0,5 ML**

102473016	10	3		<b>10,554</b>
-----------	----	---	--	---------------

**DRONCIT VET. 2 CPR 50 MG**

100388014	10	3		<b>9,467</b>
-----------	----	---	--	--------------

**DRONTAL MULTI AR CARNE 2 CPR**

104701014	10	3		<b>10,645</b>
-----------	----	---	--	---------------

**DRONTAL MULTI AR CARNE 6 CPR**

104701038	10	3		<b>17,051</b>
-----------	----	---	--	---------------

**DRONTAL-GATTO VET. 2 CPR**

100315011	10	3		<b>9,780</b>
-----------	----	---	--	--------------



**VETERINARI**

**FORTEKOR PLUS 30 CPR 1,25+2,5**

104968019	10	3		<b>18,113</b>
-----------	----	---	--	---------------

**FORTEKOR-2,5 VET. 28 CPR 2,5 MG**

101962076	10	3		<b>17,963</b>
-----------	----	---	--	---------------

**FORTEKOR-FLAV. VET. 14 CPR 20 MG**

101962126	10	3		<b>24,381</b>
-----------	----	---	--	---------------

**FORTEKOR PLUS 30 CPR 5+10 MG**

104968033	10	3		<b>39,348</b>
-----------	----	---	--	---------------

**FORTEKOR-FLAV. VET .14 CPR 5 MG**

101962090	10	3		<b>13,586</b>
-----------	----	---	--	---------------

**FORTEKOR-FLAV. VET. 56 CPR 5 MG**

101962114	10	3		<b>40,971</b>
-----------	----	---	--	---------------



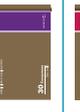
**2023**  
**LISTINO**

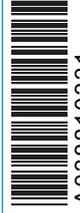


**Listino Prodotti**

# SETTORE MERCEOLOGICO A

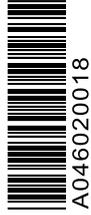
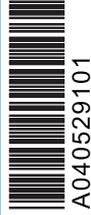
PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
----------	-----	---	------------	------------------	--------	---------------

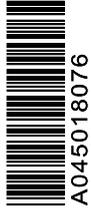
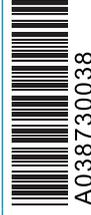
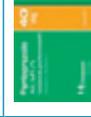
		<b>ACICLOVIR ALMUS ZOVIRAX</b>	800mg compresse 35 compresse	50	A nota 84	€ 25,04
		<b>ACICLOVIR ALMUS ZOVIRAX</b>	400mg/5ml sosp. orale 100ml flacone	45	A nota 84	€ 13,90
		<b>ALENDRONATO ALMUS FOSAMAX</b>	70mg. compresse rivestite con film 4 compresse	240	A nota 79	€ 13,48
		<b>AMLODIPINA ALMUS NORVASC</b>	5mg compresse 28 compresse	240	A	€ 3,74
		<b>AMLODIPINA ALMUS NORVASC</b>	10mg compresse 14 compresse	240	A	€ 3,26
		<b>AMLODIPINA ALMUS NORVASC</b>	10mg compresse 30 compresse	-	A	€ 5,73
		<b>AMOXICILLINA ALMUS AMOX</b>	1g compresse 12 compresse	150	A	€ 3,27
		<b>AMOXICILLINA E ACIDO CLAVULANICO ALMUS AUGMENTIN</b>	875mg + 125mg polvere per sosp. orale 12 bustine	50	A	€ 7,90
		<b>AMOXICILLINA E ACIDO CLAVULANICO ALMUS PHARMAX AUGMENTIN</b>	875mg + 125mg compr. rivestite con film - 12 compresse	240	A	€ 7,90
		<b>ATENOLOLO ALMUS TENORMIN</b>	100mg compresse 42 compresse divisibili	168	A	€ 5,53
		<b>ATORVASTATINA ALMUS PHARMAX TORVAST</b>	10mg compresse rivestite con film 30 compresse	216	A nota 13	€ 4,35
		<b>ATORVASTATINA ALMUS PHARMAX TORVAST</b>	20mg compresse rivestite con film 30 compresse	216	A nota 13	€ 7,96
		<b>ATORVASTATINA ALMUS PHARMAX TORVAST</b>	40mg compresse rivestite con film 30 compresse	216	A nota 13	€ 9,56

		<b>ATORVASTATINA ALMUS PHARMAX TORVAST</b>	80mg compresse rivestite con film 30 compresse	126	A nota 13	€ 13,00
		<b>AZITROMICINA ALMUS ZITROMAX</b>	500mg compresse rivestite con film 3 compresse	176	A	€ 6,32
		<b>BISOPROLOLO ALMUS CONGESCOR</b>	2,5mg compresse rivestite con film 28 compresse	304	A	€ 2,59
		<b>BISOPROLOLO ALMUS CONGESCOR</b>	5mg compresse rivestite con film 28 compresse	304	A	€ 4,48
		<b>BISOPROLOLO ALMUS CONGESCOR</b>	10mg compresse rivestite con film 28 compresse	304	A	€ 4,91
		<b>CALCIO CARBONATO E VITAMINA D3 ALMUS CALCIT VIT D3</b>	1000mg + 880U.I. granulato effervescente 30 bustine	45	A nota 96	€ 4,23
		<b>CARVEDILOLO ALMUS DILATREND</b>	6,25mg compresse 28 compresse	220	A	€ 3,62
		<b>CARVEDILOLO ALMUS DILATREND</b>	25mg compresse 30 compresse	220	A	€ 6,06
		<b>CEFTAZIDIMA ALMUS GLAZIDIM</b>	1g/3ml 1 fl polv. + 1 f solv uso intramuscolare	240	A nota 55	€ 4,63
		<b>CEFTRIAXONE ALMUS ROCEFEN</b>	1g/3,5ml 1 fl polv. + 1 f solv uso intramuscolare	240	A	€ 4,96
		<b>CIPROFLOXACINA ALMUS CIPROXIN</b>	250mg compresse rivestite con film 10 compresse	96	A	€ 3,52
		<b>CIPROFLOXACINA ALMUS CIPROXIN</b>	500mg compresse rivestite con film 6 compresse	96	A	€ 6,13
		<b>CIPROFLOXACINA ALMUS CIPROXIN</b>	750mg compresse rivestite con film 12 compresse	72	A	€ 16,63
		<b>CITALOPRAM ALMUS PHARMAX ELOPRAM</b>	40mg/ml gocce orali 15ml flacone	192	A	€ 7,15

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	A036434013	<b>CITALOPRAM</b> ALMUS ELOPRAM	20mg compresse rivestite con film 28 compresse	100	A	€ 6,29
	A039688039	<b>CLARITROMICINA</b> ALMUS KLACID	500mg compresse rivestite con film 14 compresse	240	A	€ 8,01
	A044616011	<b>CLOPIDOGREL</b> ALMUS PHARMA PLAVIX	75mg compresse rivestite con film 28 compresse	360	A	€ 12,35
	A035242015	<b>DICLOFENAC</b> ALMUS VOLTAREN	75mg/3ml sol. iniett. uso intramuscolare 5 fiale da 3ml	144	A	€ 2,16
	A038768038	<b>DONEPEZIL</b> ALMUS ARICEPT	5mg compresse rivestite con film 28 compresse	168	A nota 85	€ 13,00
	A038768091	<b>DONEPEZIL</b> ALMUS ARICEPT	10mg compresse rivestite con film 28 compresse	120	A nota 85	€ 18,00
	A037650013	<b>DOXAZOSINA</b> ALMUS CARDURA	2mg compresse 30 compresse divisibili	208	A	€ 7,43
	A037650025	<b>DOXAZOSINA</b> ALMUS CARDURA	4mg compresse 20 compresse divisibili	208	A	€ 6,48
	A037650037	<b>DOXAZOSINA</b> ALMUS CARDURA	4mg compresse 30 compresse divisibili	112	A	€ 8,26
	A036595027	<b>ENALAPRIL</b> ALMUS ENAPREN	20mg compresse 14 compresse divisibili	100	A	€ 2,94
	A036595039	<b>ENALAPRIL</b> ALMUS ENAPREN	20mg compresse 28 compresse divisibili	100	A	€ 4,81
	A036595015	<b>ENALAPRIL</b> ALMUS ENAPREN	5mg compresse 28 compresse divisibili	100	A	€ 3,09
	A037630011	<b>ENALAPRIL</b> E IDROCLOROTIAZIDE ALMUS VASORETIC	20mg+12,5mg compresse 14 compresse	168	A	€ 4,40
	A044705010	<b>ESOMEPRAZOLO</b> ALMUS PHARMA NEXIUM	20mg capsule rigide gastroresistenti 14 capsule	90	A nota 1/48	€ 5,88

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	A044705059	<b>ESOMEPRAZOLO</b> ALMUS PHARMA NEXIUM	20mg capsule rigide gastroresistenti 28 capsule	60	A nota 1/48	€ 8,42
	A044705034	<b>ESOMEPRAZOLO</b> ALMUS PHARMA NEXIUM	40mg capsule rigide gastroresistenti 14 capsule	90	A nota 1/48	€ 7,64
	A044705061	<b>ESOMEPRAZOLO</b> ALMUS PHARMA NEXIUM	40mg capsule rigide gastroresistenti 28 capsule	60	A nota 1/48	€ 10,92
	A045909013	<b>EZETIMIBE</b> SIMVASTATINA ALMUS INEGY	10mg+10mg compresse 30 compresse	240	A nota 13	€ 17,10
	A045909025	<b>EZETIMIBE</b> SIMVASTATINA ALMUS INEGY	10mg+20mg compresse 30 compresse	240	A nota 13	€ 17,82
	A045909037	<b>EZETIMIBE</b> SIMVASTATINA ALMUS INEGY	10mg+40mg compresse 30 compresse	240	A nota 13	€ 18,40
	A039680018	<b>FINASTERIDE</b> ALMUS PROSCAR	5mg compresse rivestite con film 15 compresse	300	A	€ 7,88
	A037864016	<b>FLUCONAZOLO</b> ALMUS DIFLUCAN	100mg capsule rigide 10 capsule	168	A	€ 26,63
	A037864028	<b>FLUCONAZOLO</b> ALMUS DIFLUCAN	150mg capsule rigide 2 capsule	168	A	€ 8,28
	A037864030	<b>FLUCONAZOLO</b> ALMUS DIFLUCAN	200mg capsule rigide 7 capsule	168	A	€ 33,52
	A035033024	<b>FLUOXETINA</b> ALMUS PROZAC	20mg capsule rigide 28 capsule	300	A	€ 6,10
	A036009013	<b>GABAPENTIN</b> ALMUS NEURONTIN	100mg capsule rigide 50 capsule	144	A nota 4	€ 6,00
	A036009025	<b>GABAPENTIN</b> ALMUS NEURONTIN	300mg capsule rigide 50 capsule	108	A nota 4	€ 18,00
	A036009037	<b>GABAPENTIN</b> ALMUS NEURONTIN	400mg capsule rigide 30 capsule	180	A nota 4	€ 12,00

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	 A037265016	<b>LANSOPRAZOLO</b> ALMUS LANSOX	15mg capsule rigide 14 capsule	96	A nota 1/48	€ 3,86
	 A037265030	<b>LANSOPRAZOLO</b> ALMUS LANSOX	15mg capsule rigide 28 capsule	56	A nota 1/48	€ 6,72
	 A037265028	<b>LANSOPRAZOLO</b> ALMUS LANSOX	30mg capsule rigide 14 capsule	96	A nota 1/48	€ 6,18
	 A037265042	<b>LANSOPRAZOLO</b> ALMUS LANSOX	30mg capsule rigide 28 capsule	56	A nota 1/48	€ 10,75
	 A046020018	<b>LETROZOLO</b> ALMUS FEMARA	2,5mg compresse rivestite con film 30 compresse	400	A	€ 66,06
	 A040529101	<b>LEVETIRACETAM</b> ALMUS KEPPRA	500mg compresse rivestite con film 60 compresse	70	A	€ 37,67
	 A040529265	<b>LEVETIRACETAM</b> ALMUS KEPPRA	1000mg compresse rivestite con film 30 compresse	126	A	€ 36,16
	 A040373021	<b>LEVOFLOXACINA</b> ALMUS LEVOXACIN	250mg compresse rivestite con film 5 compresse	260	A	€ 3,90
	 A040373060	<b>LEVOFLOXACINA</b> ALMUS LEVOXACIN	500mg compresse rivestite con film 5 compresse	260	A	€ 6,25
	 A039380213	<b>LOSARTAN</b> ALMUS LORTAAN	50mg compresse rivestite con film 28 compresse	400	A	€ 8,25
	 A039380290	<b>LOSARTAN</b> ALMUS LORTAAN	100mg compresse rivestite con film 28 compresse	280	A	€ 10,50
	 A039909041	<b>LOSARTAN</b> <b>IDROCLOROTIAZIDE</b> ALMUS HIZAAR	50mg + 12,5 mg compresse rivestite con film - 28 compresse	280	A	€ 6,90
	 A039909128	<b>LOSARTAN</b> <b>IDROCLOROTIAZIDE</b> ALMUS FORZAAR	100mg + 25 mg compresse rivestite con film - 28 compresse	270	A	€ 6,90
	 A039856024	<b>MANIDIPINA</b> ALMUS IPERTEN	20mg compresse 28 compresse	100	A	€ 11,33

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	 A045018037	<b>METFORMINA</b> ALMUS GLUCOPHAGE	500mg compresse rivestite con film 30 compresse	300	A	€ 1,27
	 A045018177	<b>METFORMINA</b> ALMUS GLUCOPHAGE	500mg compresse rivestite con film 50 compresse	192	A	€ 1,97
	 A045018076	<b>METFORMINA</b> ALMUS GLUCOPHAGE	850mg compresse rivestite con film 40 compresse	120	A	€ 2,53
	 A045018153	<b>METFORMINA</b> ALMUS GLUCOPHAGE	1000mg compresse rivestite con film 60 compresse	120	A	€ 3,64
	 A037988211	<b>MIRTAZAPINA</b> ALMUS REMERNON	30mg compresse orodispersibili 30 compresse	128	A	€ 16,17
	 A034200028	<b>NIMESULIDE</b> ALMUS AULIN	100mg granulato per sosp. orale - 30 bustine	42	A nota 66	€ 2,36
	 A043498017	<b>OMEPRAZOLO</b> ALMUS PHARMA LOSEC	10mg capsule rigide gastroresistenti 14 capsule	100	A nota 1/48	€ 3,09
	 A043498043	<b>OMEPRAZOLO</b> ALMUS PHARMA LOSEC	10mg capsule rigide gastroresistenti 28 capsule	60	A nota 1/48	€ 4,89
	 A043498029	<b>OMEPRAZOLO</b> ALMUS PHARMA LOSEC	20mg capsule rigide gastroresistenti 14 capsule	100	A nota 1/48	€ 5,63
	 A043498056	<b>OMEPRAZOLO</b> ALMUS PHARMA LOSEC	20mg capsule rigide gastroresistenti 28 capsule	60	A nota 1/48	€ 8,45
	 A038730038	<b>PANTOPRAZOLO</b> ALMUS PANTECTA	20mg compresse gastroresistenti 14 compresse	90	A nota 1/48	€ 3,94
	 A038730053	<b>PANTOPRAZOLO</b> ALMUS PANTORC	20mg compresse gastroresistenti 28 compresse	90	A nota 1/48	€ 5,92
	 A038730040	<b>PANTOPRAZOLO</b> ALMUS PANTECTA	40mg compresse gastroresistenti 14 compresse	90	A nota 1/48	€ 7,30
	 A038730065	<b>PANTOPRAZOLO</b> ALMUS PANTORC	40mg compresse gastroresistenti 28 compresse	90	A nota 1/48	€ 10,94

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	A038932048	PAROXETINA ALMUS SEROXAT	20mg compresse rivestite con film 28 compresse	60	A	€ 6,49
	A038472078	PERINDOPRIL ALMUS COVERSYL	4mg compresse 30 compresse	168	A	€ 7,14
	A040536031	PRAVASTATINA ALMUS SELECTIN	20mg compresse 10 compresse	168	A nota 13	€ 1,41
	A040536171	PRAVASTATINA ALMUS SELECTIN	40mg compresse 14 compresse	96	A nota 13	€ 6,00
	A042216046	RAMIPRIL ALMUS TRIATEC	2,5mg compresse 28 compresse	160	A	€ 2,74
	A042216200	RAMIPRIL ALMUS TRIATEC	5mg compresse 14 compresse	320	A	€ 2,17
	A042216224	RAMIPRIL ALMUS TRIATEC	5mg compresse 28 compresse	160	A	€ 4,00
	A042216402	RAMIPRIL ALMUS TRIATEC	10mg compresse 28 compresse	160	A	€ 5,69
	A035701010	RANITIDINA ALMUS ZANTAC	150mg compresse rivestite con film 20 compresse	189	A nota 48	€ 3,29
	A035701034	RANITIDINA ALMUS ZANTAC	300mg compresse rivestite con film 20 compresse	84	A nota 48	€ 7,42
	A044495226	ROSUVASTATINA ALMUS CRESTOR	5mg compresse rivestite con film 28 compresse	120	A nota 13	€ 5,35
	A044495582	ROSUVASTATINA ALMUS CRESTOR	10mg compresse rivestite con film 28 compresse	120	A nota 13	€ 6,50
	A044495947	ROSUVASTATINA ALMUS CRESTOR	20mg compresse rivestite con film 28 compresse	120	A nota 13	€ 9,83
	A036806014	SERTRALINA ALMUS ZOLOFT	50mg compresse rivestite con film 30 compresse	208	A	€ 6,00

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	A036806026	SERTRALINA ALMUS ZOLOFT	100mg compresse rivestite con film 30 compresse	208	A	€ 11,99
	A037809175	SIMVASTATINA ALMUS ZOCOR	20mg compresse rivestite con film 28 compresse	240	A nota 13	€ 5,62
	A037809302	SIMVASTATINA ALMUS ZOCOR	40mg compresse rivestite con film 28 compresse	240	A nota 13	€ 8,81
	A036954016	TAMSULOSINA ALMUS OMNIC	0,4mg capsule rigide a rilascio modificato 20 capsule	208	A	€ 4,41
	A041637024	TELMISARTAN ALMUS MICARDIS	40mg compresse 28 compresse	120	A	€ 4,00
	A041637036	TELMISARTAN ALMUS MICARDIS	80mg compresse 28 compresse	88	A	€ 5,50
	A035825013	TICLOPIDINA ALMUS TIKLID	250mg compresse rivestite 30 compresse	100	A	€ 3,27
	A041076011	VALSARTAN ALMUS TAREG	40mg compresse rivestite con film 14 compresse	100	A	€ 2,40
	A041076062	VALSARTAN ALMUS TAREG	80mg compresse rivestite con film 28 compresse	100	A	€ 5,60
	A041076100	VALSARTAN ALMUS TAREG	160mg compresse rivestite con film 28 compresse	70	A	€ 7,20
	A042208037	VALSARTAN E IDROCLOROTIAZIDE ALMUS COTAREG	80mg+12,5mg compresse rivestite con film - 28 compresse	160	A	€ 4,95
	A042208177	VALSARTAN E IDROCLOROTIAZIDE ALMUS COTAREG	160mg+12,5mg compresse rivestite con film - 28 compresse	160	A	€ 6,15
	A042208316	VALSARTAN E IDROCLOROTIAZIDE ALMUS COTAREG	160mg+25mg compresse rivestite con film - 28 compresse	160	A	€ 6,15

## SETTORE MERCEOLOGICO C

## SETTORE MERCEOLOGICO SOP E OTC

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	 A035595014	<b>ACETILCISTEINA ALMUS</b> FLUMUCIL	300mg/3ml sol.iniett. e da nebuliz. e per instillaz. - 5 fiale da 3ml	144	C	€ 5,30
	 A033868035	<b>ACICLOVIR ALMUS</b> ZOVIRAX	5% crema tubo 10g	330	C	€ 9,10
	 A036472037	<b>BROMAZEPAM ALMUS</b> LEXOTAN	2,5mg/ml gocce orali 20ml flacone	240	C	€ 6,40
	 A036423010	<b>DELORAZEPAM ALMUS</b> EN	1mg/ml gocce orali 20ml flacone	210	C	€ 7,90
	 A036538015	<b>GENTAMICINA E BETAMETASONE ALMUS</b> GENTALYN BETA	0,1% + 0,1% crema tubo 30g	117	C	€ 11,50
	 A036448013	<b>GENTAMICINA ALMUS</b> GENTALYN	0,1g/100g crema tubo 30g	117	C	€ 11,50
	 A036467013	<b>LORAZEPAM ALMUS</b> TAVOR	1mg compresse rivestite con film 20 compresse	252	C	€ 5,80
	 A036467025	<b>LORAZEPAM ALMUS</b> TAVOR	2,5mg compresse rivestite con film 20 compresse divisibili	252	C	€ 6,50
	 A036842019	<b>LORMETAZEPAM ALMUS</b> MINIAS	2,5mg/ml gocce orali 20ml flacone	240	C	€ 8,50
	 A048342075	<b>SILDENAFIL ALMUS</b> VIAGRA	100 mg compresse rivestite con film 4 compresse	360	C	€ 44,00
	 A048342036	<b>SILDENAFIL ALMUS</b> VIAGRA	50 mg compresse rivestite con film 4 compresse	360	C	€ 27,00
	 A048342087	<b>SILDENAFIL ALMUS</b> VIAGRA	100 mg compresse rivestite con film 8 compresse	360	C	€ 76,00
	 A048342048	<b>SILDENAFIL ALMUS</b> VIAGRA	50 mg compresse rivestite con film 8 compresse	360	C	€ 44,00

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	 A040607018	<b>ACICLOVIR ALMUS PHARMA</b> ZOVIRAX LABIALE	5% crema tubo 3g	330	C OTC	*€ 7,50
	 A035789039	<b>AMBROXOLO ALMUS</b> MUCOSOLVAN	15mg/2ml soluz. da nebulizzare 10 fiale da 2ml	84	C SOP	*€ 7,00
	 A035789015	<b>AMBROXOLO ALMUS</b> MUCOSOLVAN	30mg/10ml sciroppo 200ml flacone	24	C SOP	*€ 8,20
	 A027857010	<b>CLARILAX STITICHEZZA</b> GLICEROLO	Adulti 6,75 g soluzione rettale 6 microclismi	60	C OTC	*€ 4,40
	 A029113014	<b>LATTULOSIO ALMUS</b> LAEVOLAC	66,7% sciroppo 200ml flacone	15	C SOP	*€ 7,00
	 A038588012	<b>NIROLEX FEBBRE E DOLORE</b> PARACETAMOLO	500mg compresse 20 compresse	180	C OTC	*€ 4,90
	 A037190016	<b>NIROLEX TOSSE E CATARRO</b> BROMEXINA CLORIDRATO	4mg/5ml sciroppo 250ml flacone	15	C OTC	*€ 6,90
	 A029741030	<b>NIROLEX TOSSE SECCA</b> DESTROMETORFANO	30mg/10ml sciroppo 150ml flacone	25	C OTC	*€ 8,90

# SETTORE MERCEOLOGICO EX GALENICO

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
----------	-----	---	------------	------------------	--------	---------------

	A031320017	<b>MENTOLO ALMUS</b>	1% polvere cutanea flacone 100g	24	C SOP	*€ 4,10
---	------------	----------------------	------------------------------------	----	----------	---------

PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	A031310016	<b>ACIDO BORICO ALMUS</b>	3% soluzione cutanea 500ml flacone	12	C SOP	*€ 4,00
	A031314014	<b>ARGENTO PROTEINATO ALMUS</b>	Bambini 0,5% gocce nasali e auricolari, soluz. - 10ml flacone	25	C SOP	*€ 3,10
	A031314026	<b>ARGENTO PROTEINATO ALMUS</b>	Adulti 1% gocce nasali e auricolari, soluz. - 10ml flacone	25	C SOP	*€ 3,30
	A031314038	<b>ARGENTO PROTEINATO ALMUS</b>	Adulti 2% gocce nasali e auricolari, soluz. - 10ml flacone	25	C SOP	*€ 3,50
	A031312010	<b>CANFORA ALMUS</b>	10% soluzione cutanea flacone 100ml soluzione idroalcolica	25	C SOP	*€ 5,10
	A031312022	<b>CANFORA ALMUS</b>	10% soluzione cutanea 100ml flacone soluzione oleosa	25	C SOP	*€ 4,50
	A031330069	<b>CLARILAXINA STITICHEZZA GLICEROLO</b>	Adulti 2250mg supposte 18 supposte	60	C OTC	*€ 4,40
	A031330057	<b>CLARILAXINA STITICHEZZA GLICEROLO</b>	Bambini 1350mg 18 supposte	60	C OTC	*€ 4,40
	A031318013	<b>ICTAMMOLO ALMUS</b>	10% unguento tubo 30g	25	C SOP	*€ 4,10
	A031316019	<b>IODIO ALMUS</b>	7% / 5% soluzione cutanea alcolica 20ml flacone	24	C SOP	*€ 3,80
	A031316021	<b>IODIO ALMUS</b>	7% / 5% soluzione cutanea alcolica 50ml flacone	24	C SOP	*€ 4,90

I prezzi indicati sono quelli in vigore al momento della stampa e possono subire variazioni in caso di eventuali modifiche imposte dalle Autorità o dal mercato  
\* PREZZO CONSIGLIATO



Per informazioni sulla sicurezza dei prodotti  
o per segnalazioni di eventi avversi e osservazioni sulla qualità:  
Tel. 0185 372 782 - Fax 0185 372 738 - [farmacovigilanza@almusgenerici.it](mailto:farmacovigilanza@almusgenerici.it)

Per informazioni commerciali  
contatta il tuo Responsabile Clienti di Zona

# Catalogo prodotti



<b>Codice Paraf</b>	<b>Descrizione prodotto</b>	<b>Iva</b>	<b>Prezzo consigliato al pubblico (€)</b>
977827789	APPARECCHIO AEROSOL NEB T-1500 ADVANCED	22	<b>89,900</b>
904902929	APPARECCHIO AEROSOL NEB T-600 PLUS	22	<b>54,900</b>
977827791	DOCCIA NASALE	22	<b>19,900</b>
934297553	KIT ACCESSORI AEROSOL 7 PZ	22	<b>9,900</b>
973477021	COPRISONDA TERMOMETRO AURICOLARE A INFRAROSSI	5	<b>5,000</b>
934723406	TERMOMETRO AURICOLARE A INFRAROSSI	5	<b>42,900</b>
934635638	ESPO TERMOMETRI DIGITALI 12 PZ	5	<b>70,800</b>
904578539	TERMOMETRO DIGITALE	5	<b>5,900</b>
938847074	TERMOMETRO DIGITALE CON PUNTA FLESSIBILE	5	<b>8,500</b>
932164318	TEST DI GRAVIDANZA ESITO PRECOCE 1 PZ	22	<b>13,500</b>
939154441	TEST DI OVULAZIONE 7 PZ	22	<b>27,900</b>
904578440	TEST GRAVIDANZA 1 PZ	22	<b>13,500</b>
904578453	TEST GRAVIDANZA 2PZ	22	<b>19,900</b>
932078330	PRONTOTEST CONTEN. URINE PRELIEVO SOTTOVUOTO	22	<b>1,200</b>
904578489	PRONTOTEST CONTENITORE STERILE FECI	22	<b>1,000</b>
904578503	PRONTOTEST CONTENITORE URINE 10 ML	5	<b>0,900</b>
904578515	PRONTOTEST CONTENITORE URINE 24ORE	22	<b>4,900</b>
904578491	PRONTOTEST CONTENITORE URINE TAPPO A VITE	22	<b>1,000</b>
904570544	ACETONE OLEOSO SOLVENTE 50 ML	22	<b>3,000</b>
904570619	ACQUA OSSIGENATA 10VOL 200 ML	22	<b>1,200</b>
939137651	ALCOOL ETILICO DENATURATO 90,1° - 250 ML	22	<b>2,000</b>
939137663	ALCOOL ETILICO DENATURATO 90,1° - 500 ML	22	<b>3,300</b>
939137675	ALCOOL ETILICO DENATURATO 90,1° - 1000 ML	22	<b>5,500</b>
904570621	GLICEROLO LIQUIDO 50 ML	22	<b>2,900</b>
904570645	OLIO DI RICINO - FLACONE 50 G	22	<b>2,900</b>
904570658	OLIO MANDORLE DOLCI 50 ML	22	<b>3,900</b>
904570710	OLIO VASELINA 200 ML	22	<b>3,950</b>
904570722	OLIO VASELINA 500 ML	22	<b>8,800</b>
904570696	OLIO VASELINA 1 L	22	<b>16,500</b>
904578402	SODIO BICARBONATO POLVERE 100 G	22	<b>2,100</b>
904578414	SODIO BICARBONATO POLVERE 250 G	22	<b>2,950</b>
904578390	VASELINA BIANCA UNGUENTO 30 G	22	<b>2,400</b>
938992272	GUANTI IN LATTICE MONOUSO LARGE 8/8,5 100 PZ	5	<b>12,500</b>
938992258	GUANTI IN LATTICE MONOUSO - MEDIUM 7/7,5 100 PZ	5	<b>12,500</b>
938991801	GUANTI IN LATTICE MONOUSO SMALL 6/6,5 100 PZ	5	<b>12,500</b>

<b>Codice Paraf</b>	<b>Descrizione prodotto</b>	<b>Iva</b>	<b>Prezzo consigliato al pubblico (€)</b>
982754448	GUANTI IN LATTICE SENZA POLVERE LARGE 100 PZ	5	<b>15,900</b>
982754436	GUANTI IN LATTICE SENZA POLVERE MEDIUM 100 PZ	5	<b>15,900</b>
982754424	GUANTI IN LATTICE SENZA POLVERE SMALL 100 PZ	5	<b>15,900</b>
935755975	GUANTI IN VINILE SENZA POLVERE LARGE 100 PZ	5	<b>12,500</b>
935755951	GUANTI IN VINILE SENZA POLVERE MEDIUM 100 PZ	5	<b>12,500</b>
935755936	GUANTI IN VINILE SENZA POLVERE SMALL 100 PZ	5	<b>12,500</b>
904578527	BASTONCINI COTONATI 200 PZ	22	<b>3,550</b>
982754463	CREMA MANI ARANCIA E CANNELLA 100 ML	22	<b>6,700</b>
974504870	CREMA MANI NUTRIENTE 100 ML	22	<b>6,700</b>
904578580	DISCHETTI LEVATRUCCO 100 PZ	22	<b>2,800</b>
938858901	DISCHETTI MAXI COTONE 50 PZ	22	<b>3,500</b>
938859055	DISCHETTI MAXI COTONE BAMBINI 80 PZ	22	<b>3,500</b>
904578616	FAZZOLETTINI CARTA 4 VELI 10X10	22	<b>2,000</b>
930891561	SALVIETTE CAMBIO PANNOLINO 72 PZ	22	<b>3,800</b>
931777318	SALVIETTE IGIENE ADULTI 24 PZ	22	<b>4,500</b>
938965910	SALVIETTE IGIENE INTIMA 12 PZ	22	<b>2,900</b>
938965946	SALVIETTE STRUCCANTI ACQUA MICELLARE 25 PZ	22	<b>3,950</b>
930249014	SPRAY IGIENE AURICOLARE 100 ML	22	<b>9,900</b>
933720740	SOLUZIONE FISIOLÓGICA FIALE 5 ML 30 PZ	22	<b>7,500</b>
933720738	SPRAY NASALE ISOTONICO 100 ML	22	<b>10,900</b>
931069140	CEROTTI TNT C/T ASSORTITI 20 PZ	22	<b>4,350</b>
931069138	CEROTTI TNT C/T GRANDI 10 PZ	22	<b>3,600</b>
931069126	CEROTTI TNT C/T MEDI 10 PZ	22	<b>2,900</b>
931069064	COMPRESSE ADESIVE STERILI TNT 10X12,5 5 PZ	22	<b>6,700</b>
931069088	COMPRESSE ADESIVE STERILI TNT 10X15 5 PZ	22	<b>7,800</b>
931069090	COMPRESSE ADESIVE STERILI TNT 10X20 5 PZ	22	<b>10,200</b>
931069102	COMPRESSE ADESIVE STERILI TNT 10X25 5 PZ	22	<b>10,900</b>
931069001	COMPRESSE ADESIVE STERILI TNT 10X6 5 PZ	22	<b>5,200</b>
931069037	COMPRESSE ADESIVE STERILI TNT 10X8 5 PZ	22	<b>6,100</b>
931069114	COMPRESSE ADESIVE STERILI TNT 15X15 5 PZ	22	<b>11,300</b>
931068934	COMPRESSE ADESIVE STERILI TNT 7,2X5 5 PZ	22	<b>3,300</b>
931069241	COMPRESSE GARZA TNT STERILI 10X10 100 PZ	22	<b>2,900</b>
931069215	COMPRESSE GARZA TNT STERILI 10X10 25 PZ	22	<b>1,000</b>
931069254	COMPRESSE GARZA TNT STERILI 18X40 12 PZ	22	<b>3,300</b>
931069266	COMPRESSE GARZA TNT STERILI 36X40 12 PZ	22	<b>4,300</b>
931069189	STRISCIA TNT 50X6 CM 1 PZ	22	<b>4,700</b>
931069191	STRISCIA TNT 50X8 CM 1 PZ	22	<b>5,350</b>
978462125	BENDA ELASTICA COESIVA 10 CMX4M	22	<b>4,200</b>
978462137	BENDA ELASTICA COESIVA 12 CMX4M	22	<b>4,500</b>
978462099	BENDA ELASTICA COESIVA 4 CMX4M	22	<b>3,000</b>
978462101	BENDA ELASTICA COESIVA 6 CMX4M	22	<b>3,500</b>
978462113	BENDA ELASTICA COESIVA 8 CMX4M	22	<b>3,900</b>
904902968	BENDA GARZA ORLATA 10 CMX5M	22	<b>1,900</b>
904902970	BENDA GARZA ORLATA 5 CMX5M	22	<b>1,400</b>
904902982	BENDA GARZA ORLATA 7 CMX5M	22	<b>1,600</b>
905821942	CEROTTI ASSORTITI 16 PZ	22	<b>3,900</b>

<b>Codice Paraf</b>	<b>Descrizione prodotto</b>	<b>Iva</b>	<b>Prezzo consigliato al pubblico (€)</b>
905821928	CEROTTI IMPERMEABILI 20 PZ	22	<b>3,900</b>
905821866	CEROTTI TELA 20 PZ	22	<b>4,100</b>
905821916	CEROTTI TRASPARENTI 20 PZ	22	<b>4,300</b>
905821930	CEROTTI ULTRA PROTETTIVI 20 PZ	22	<b>4,800</b>
905821878	CEROTTO IMPERMEABILE 6 CMx1M	22	<b>5,100</b>
930173822	CEROTTO MICROPOROSO IN ROCCHETTO 1,25 CM X 5 M	22	<b>3,400</b>
930173834	CEROTTO MICROPOROSO IN ROCCHETTO 2,5 CM X 5 M	22	<b>5,200</b>
930173859	CEROTTO MICROPOROSO IN ROCCHETTO 5 CM X 5 M	22	<b>8,300</b>
905821892	CEROTTO TELA 6 CMx1M	22	<b>5,300</b>
904903174	COMPRESSA OCULARE ADESIVA STERILE IN COTONE 5 PZ	22	<b>4,500</b>
904903034	COMPRESSE GARZA 10X10 100 PZ	22	<b>2,700</b>
904903123	COMPRESSE GARZA 10X10 CM 50 PZ	22	<b>1,800</b>
904903313	COMPRESSE GARZA 10X10CM 25PZ	22	<b>1,000</b>
904903046	COMPRESSE GARZA 18X40 CM 12 PZ	22	<b>2,700</b>
904903135	COMPRESSE GARZA 18X40 CM 6 PZ	22	<b>1,500</b>
904903109	COMPRESSE GARZA 36X40 CM 12 PZ	22	<b>4,100</b>
904902994	COTONE CHIRURGICO ASSORBENTE 50 G	22	<b>2,200</b>
904903008	COTONE CHIRURGICO ASSORBENTE 100 G	22	<b>5,100</b>
904903010	COTONE CHIRURGICO ASSORBENTE 250 G	22	<b>1,500</b>
904903022	COTONE CHIRURGICO ASSORBENTE 500 G	22	<b>8,500</b>
935602779	ALVITA OCCHIALI BEATRICE 1,00	4	<b>13,900</b>
935602781	ALVITA OCCHIALI BEATRICE 1,50	4	<b>13,900</b>
935602793	ALVITA OCCHIALI BEATRICE 2,00	4	<b>13,900</b>
935602805	ALVITA OCCHIALI BEATRICE 2,50	4	<b>13,900</b>
935602817	ALVITA OCCHIALI BEATRICE 3,00	4	<b>13,900</b>
935602829	ALVITA OCCHIALI BEATRICE 3,50	4	<b>13,900</b>
981430438	ALVITA OCCHIALI CASEY 1,00	4	<b>13,900</b>
981430440	ALVITA OCCHIALI CASEY 1,50	4	<b>13,900</b>
981430453	ALVITA OCCHIALI CASEY 2,00	4	<b>13,900</b>
981430477	ALVITA OCCHIALI CASEY 2,50	4	<b>13,900</b>
981430489	ALVITA OCCHIALI CASEY 3,00	4	<b>13,900</b>
981430491	ALVITA OCCHIALI CASEY 3,50	4	<b>13,900</b>
979818414	ALVITA OCCHIALI DONNEL 1,00	4	<b>13,900</b>
979818426	ALVITA OCCHIALI DONNEL 1,50	4	<b>13,900</b>
979818438	ALVITA OCCHIALI DONNEL 2,00	4	<b>13,900</b>
979818440	ALVITA OCCHIALI DONNEL 2,50	4	<b>13,900</b>
979818453	ALVITA OCCHIALI DONNEL 3,00	4	<b>13,900</b>
979818465	ALVITA OCCHIALI DONNEL 3,50	4	<b>13,900</b>
979818477	ALVITA OCCHIALI GABRY 1,00	4	<b>13,900</b>
979818489	ALVITA OCCHIALI GABRY 1,50	4	<b>13,900</b>
979818491	ALVITA OCCHIALI GABRY 2,00	4	<b>13,900</b>
979818503	ALVITA OCCHIALI GABRY 2,50	4	<b>13,900</b>
979818515	ALVITA OCCHIALI GABRY 3,00	4	<b>13,900</b>
979818527	ALVITA OCCHIALI GABRY 3,50	4	<b>13,900</b>
976192753	ALVITA OCCHIALI GIO 1,00	4	<b>13,900</b>
976192765	ALVITA OCCHIALI GIO 1,50	4	<b>13,900</b>

<b>Codice Paraf</b>	<b>Descrizione prodotto</b>	<b>Iva</b>	<b>Prezzo consigliato al pubblico (€)</b>
976192777	ALVITA OCCHIALI GIO 2,00	4	<b>13,900</b>
976192789	ALVITA OCCHIALI GIO 2,50	4	<b>13,900</b>
976192791	ALVITA OCCHIALI GIO 3,00	4	<b>13,900</b>
976192803	ALVITA OCCHIALI GIO 3,50	4	<b>13,900</b>
981430503	ALVITA OCCHIALI PAT 1,00	4	<b>13,900</b>
981430515	ALVITA OCCHIALI PAT 1,50	4	<b>13,900</b>
981430527	ALVITA OCCHIALI PAT 2,00	4	<b>13,900</b>
981430539	ALVITA OCCHIALI PAT 2,50	4	<b>13,900</b>
981430541	ALVITA OCCHIALI PAT 3,00	4	<b>13,900</b>
981430554	ALVITA OCCHIALI PAT 3,50	4	<b>13,900</b>
938777911	ALVITA OCCHIALI RITA 1,00	4	<b>13,900</b>
938777923	ALVITA OCCHIALI RITA 1,50	4	<b>13,900</b>
938777935	ALVITA OCCHIALI RITA 2,00	4	<b>13,900</b>
938777950	ALVITA OCCHIALI RITA 2,50	4	<b>13,900</b>
938777962	ALVITA OCCHIALI RITA 3,00	4	<b>13,900</b>
938777974	ALVITA OCCHIALI RITA 3,50	4	<b>13,900</b>
979818539	ALVITA OCCHIALI SIMON 1,00	4	<b>13,900</b>
979818554	ALVITA OCCHIALI SIMON 1,50	4	<b>13,900</b>
979818566	ALVITA OCCHIALI SIMON 2,00	4	<b>13,900</b>
979818578	ALVITA OCCHIALI SIMON 2,50	4	<b>13,900</b>
979818580	ALVITA OCCHIALI SIMON 3,00	4	<b>13,900</b>
979818592	ALVITA OCCHIALI SIMON 3,50	4	<b>13,900</b>
935603213	ALVITA OCCHIALI VINCE 1,00	4	<b>13,900</b>
935603225	ALVITA OCCHIALI VINCE 1,50	4	<b>13,900</b>
935603237	ALVITA OCCHIALI VINCE 2,00	4	<b>13,900</b>
935603249	ALVITA OCCHIALI VINCE 2,50	4	<b>13,900</b>
935603252	ALVITA OCCHIALI VINCE 3,00	4	<b>13,900</b>
935603264	ALVITA OCCHIALI VINCE 3,50	4	<b>13,900</b>
976192690	ALVITA OCCHIALI ZINNIA 1,00	4	<b>13,900</b>
976192702	ALVITA OCCHIALI ZINNIA 1,50	4	<b>13,900</b>
976192714	ALVITA OCCHIALI ZINNIA 2,00	4	<b>13,900</b>
976192726	ALVITA OCCHIALI ZINNIA 2,50	4	<b>13,900</b>
976192738	ALVITA OCCHIALI ZINNIA 3,00	4	<b>13,900</b>
976192740	ALVITA OCCHIALI ZINNIA 3,50	4	<b>13,900</b>
935281675	CAVIGLIERA MISURA 1 20-22 CM	22	<b>19,900</b>
935281687	CAVIGLIERA MISURA 2 22-24 CM	22	<b>19,900</b>
935281699	CAVIGLIERA MISURA 3 24-26 CM	22	<b>19,900</b>
974479661	COLLARE CERVICALE MORBIDO MISURA 1 30-36 CM	22	<b>12,900</b>
974479673	COLLARE CERVICALE MORBIDO MISURA 2 36-42 CM	22	<b>12,900</b>
974479685	COLLARE CERVICALE MORBIDO MISURA 3 42-48 CM	22	<b>12,900</b>
974479697	FASCIA ADDOMINALE ELASTICA MISURA 1 75-90 CM	22	<b>29,900</b>
974479709	FASCIA ADDOMINALE ELASTICA MISURA 2 90-105 CM	22	<b>29,900</b>
974479711	FASCIA ADDOMINALE ELASTICA MISURA 3 105-120 CM	22	<b>29,900</b>
935282246	FASCIA ADDOMINALE MIS 1 75-95 CM	22	<b>25,900</b>
935282259	FASCIA ADDOMINALE MIS 2 95-110 CM	22	<b>25,900</b>
935282261	FASCIA ADDOMINALE MIS 3 110-130 CM	22	<b>25,900</b>

<b>Codice Paraf</b>	<b>Descrizione prodotto</b>	<b>Iva</b>	<b>Prezzo consigliato al pubblico (€)</b>
935282210	FASCIA LOMBARE MIS 1 80-100 CM	22	<b>34,900</b>
935282222	FASCIA LOMBARE MIS 2 100-120 CM	22	<b>34,900</b>
935282234	FASCIA LOMBARE MIS 3 120-140 CM	22	<b>34,900</b>
974479723	GINOCCHIERA ELASTICA MISURA 1 32-36 CM	22	<b>14,900</b>
974479735	GINOCCHIERA ELASTICA MISURA 2 36-41 CM	22	<b>14,900</b>
974479747	GINOCCHIERA ELASTICA MISURA 3 41-46 CM	22	<b>14,900</b>
935281663	GINOCCHIERA UNIVERSALE	22	<b>29,900</b>
974479750	POLSINO ELASTICO MISURA 1 14-16 CM	22	<b>9,900</b>
974479762	POLSINO ELASTICO MISURA 2 16-18 CM	22	<b>9,900</b>
974479774	POLSINO ELASTICO MISURA 3 18-20 CM	22	<b>9,900</b>
935281737	TUTORE GOMITO MIS 1 23-25 CM	22	<b>19,900</b>
935281749	TUTORE GOMITO MIS 2 25-27 CM	22	<b>19,900</b>
935281752	TUTORE GOMITO MIS 3 27-29 CM	22	<b>19,900</b>
935281764	TUTORE POLLICE MIS 1 12-19 CM	22	<b>27,900</b>
935282208	TUTORE POLLICE MIS 2 19-23 CM	22	<b>27,900</b>
935281701	TUTORE POLSO MISURA 1 14-16 CM	22	<b>23,900</b>
935281713	TUTORE POLSO MISURA 2 16-18 CM	22	<b>23,900</b>
935281725	TUTORE POLSO MISURA 3 18-20 CM	22	<b>23,900</b>
973603968	CARTA DA BANCO 25X37 10 KG	22	<b>56,000</b>
972596478	SACCHETTI BIO 23X40 MANICO A BRETELLA 1000 PZ	22	<b>70,000</b>
973603956	SACCHETTI BIO 27X50 MANICO A BRETELLA 500 PZ	22	<b>50,000</b>
972596466	SACCHETTI BIO MANICO A FAGIOLO 14X30 1000 PZ	22	<b>50,000</b>
935505418	SFIGMOMANOMETRO AUTOMATICO DA BRACCIO	22	<b>54,950</b>
935505420	SFIGMOMANOMETRO AUTOMATICO DA BRACCIO ADVANCED	22	<b>89,750</b>
935051603	SIRINGA 1 ML 26 G 1 PZ	22	<b>0,250</b>
935051589	SIRINGA 10 ML 21 G 1 PZ	22	<b>0,350</b>
935051553	SIRINGA 2,5 ML 23 G ASTUCCIO 10 PZ	22	<b>2,900</b>
935051577	SIRINGA 5 ML 23 G ASTUCCIO 10 PZ	22	<b>3,200</b>
932523107	BORSA ACQUA CALDA	22	<b>8,500</b>
904578554	BORSA GHIACCIO IN TESSUTO	22	<b>8,700</b>
975611714	GHIACCIO ISTANTANEO 2 PZ	22	<b>4,500</b>
976289203	CREMA CORPO IDRATANTE ALOE VERA 400 ML	22	<b>6,900</b>
976289215	CREMA CORPO NUTRIENTE OLIO D'OLIVA 300 ML	22	<b>6,900</b>
982754475	DETERGENTE INTIMO TEA TREE OIL 250 ML	22	<b>4,500</b>
976289177	GEL DOCCIA ALOE VERA 300 ML	22	<b>4,900</b>
982754451	GEL DOCCIA ARANCIA E CANNELLA 300 ML	22	<b>4,900</b>
976289165	GEL DOCCIA CREMA 300 ML	22	<b>4,900</b>
976289189	GEL DOCCIA FIORI D'ARANCIO E TE' VERDE 300 ML	22	<b>4,900</b>
976289153	GEL DOCCIA MIELE E YOGURT 300 ML	22	<b>4,900</b>
976289191	SAPONE MANI ALOE VERA 500 ML	22	<b>4,900</b>
976289239	SHAMPOO RIVITALIZZANTE 300 ML	22	<b>6,900</b>
976289227	SHAMPOO USO FREQUENTE 300 ML	22	<b>5,900</b>
984873149	BAGNO SHAMPOO BABY 300 ML	22	<b>6,900</b>
984873164	CREMA VISO-CORPO BABY 300 ML	22	<b>8,900</b>
984873152	DETERGENTE MANI-VISO BABY 300 ML	22	<b>6,900</b>
984873137	PASTA OSSIDO ZINCO BABY 100 ML	22	<b>5,900</b>
984873125	SALVIETTE BABY PURE WATER 60 PZ	22	<b>3,500</b>



Alimenti a fini medici speciali  
ad elevato contenuto calorico  
e proteico.

Disponibili in più gusti



Da utilizzare sotto controllo medico

Supplementi  
Nutrizionali Orali



**FRESENIUS  
KABI**

caring for life

**NUOVA**

# Linea EUSPRi



**Per i sintomi  
da raffreddamento**



**SINTOMI  
INFLUENZALI**



**MAL DI  
GOLA**



**CONGESTIONE  
NASALE**



**ZENTIVA**