

Partnership

9
2023



*Numeri e indici dell'automedicazione.
Mercato dei farmaci Sop: vendite
in aumento, tanto da superare
i dati pre-pandemia del 2019*



*Studi di mercato. Tendenze 2022
e andamento dei primi cinque mesi 2023:
il rilancio del cosmetico in farmacia*



*Sociologia. Ciò che spinge in avanti
la società umana: indagine
su merito e metodo meritocratico*



**CATALOGO PRODOTTI
ALMUS E ALVITA**

**Alliance
Healthcare**
La salute è più vicina



Abbiamo a cuore ogni tuo battito.

**Con il sistema cardiocircolatorio
non si è mai troppo prudenti.**

Sapevi che le malattie cardiovascolari, come ipertensione e ipercolesterolemia, colpiscono ogni anno più di 18 milioni di persone nel mondo? Con la giusta terapia è possibile ridurre il rischio di complicazioni.

Fai una scelta di salute con Sandoz.

SANDOZ A Novartis
Division

Partnership

I servizi

SCENARI DI MERCATO

Mercato dei farmaci Sop: vendite in aumento, tanto da superare i dati prepandemia del 2019

pagina 6

STUDI DI MERCATO

Tendenze 2022 e andamento dei primi cinque mesi del 2023: il rilancio del cosmetico in farmacia

pagina 14

GESTIONE PRATICA

Investire nei servizi: imparare a consultare il bilancio della farmacia per non correre rischi

pagina 22

SOCIOLOGIA

Ciò che spinge in avanti la società umana: indagine su merito e metodo meritocratico

pagina 30

Le rubriche

Farmattualità

pagina 4

Prodotti in primo piano

pagina 36

Le proposte di Alliance Healthcare Italia

- *Prodotti Almus*
- *Prodotti Alvita*

pagina 39

pagina 46

Partnership Anno XXVI
n. 9, Settembre 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.

EMA: tenere alta l'attenzione sui fluorochinoloni

Il Prac, Comitato per la sicurezza dell'Agencia europea per i medicinali (Ema), ha pubblicato recentemente una nota per ricordare agli operatori sanitari che l'uso di antibiotici fluorochinoloni, somministrati per bocca, iniezione o inalazione, va limitato a causa del rischio di effetti collaterali invalidanti, di lunga durata e potenzialmente irreversibili che coinvolgono il sistema nervoso, i tendini, i muscoli e le articolazioni.

Restrizioni nell'utilizzo di questi farmaci erano state introdotte dall'Ema già nel 2019, a seguito di una revisione a livello europeo degli effetti collaterali legati all'uso di questi antibiotici, ma studi recenti effettuati dall'organismo di controllo europeo hanno mostrato che, sebbene l'uso di fluorochinoloni sia diminuito, questi medicinali vengono ancora troppo spesso prescritti al di fuori degli usi raccomandati.

Gli antibiotici fluorochinoloni, fa sapere la nota, non devono essere impiegati per trattare infezioni non gravi, come quelle alla gola, che in molti casi possono migliorare anche senza una terapia farmacologica, non vanno prescritti per il trattamento di infezioni non batteriche, per esempio la prostatite cronica non dovuta a batteri, e nemmeno come prevenzione per la diarrea del viaggiatore o per le infezio-

ni ricorrenti del tratto urinario inferiore che non si estendono oltre la vescica. Le raccomandazioni prevedono inoltre che non se ne faccia uso per il trattamento di infezioni batteriche lievi o moderate, a meno che non possano essere utilizzati altri medicinali antibatterici.

I fluorochinoloni, prosegue la nota dell'Ema, dovrebbero poi essere evitati nei soggetti che hanno avuto gravi effetti collaterali nel corso di somministrazioni precedenti, e devono essere usati con particolare cautela negli anziani, negli individui con malattie renali e in coloro che hanno subito un trapianto d'organo, in quanto tutti questi pazienti sono a maggior rischio di lesioni ai tendini. Da evitare anche l'uso combinato di un corticosteroide e un fluorochinolone, che fa aumentare il rischio di effetti collaterali gravi.

Il gonfiore e la lesione del tendine si possono presentare entro un paio di giorni dall'inizio del trattamento con un fluorochinolone, ma in alcuni casi si verificano anche diversi mesi dopo l'interruzione del trattamento.

La nota raccomanda di istruire i pazienti a contattare subito il medico o il farmacista se insorgono dolore o gonfiore ai tendini, in particolare alla caviglia o al polpaccio, ma anche dolore, intorpidimento, formicolio, gonfiore o debolezza muscolare in diverse parti del corpo, spesso a partire dalle mani o dai piedi, con sintomi che peggiorano nel tempo.

Attenzione anche se si percepisce profonda stanchezza, depressione,

scarsa memoria, gravi problemi di sonno, alterazioni della vista, dell'udito, del gusto e dell'olfatto. ■

Sanofi in prima linea per il trattamento del diabete tipo 1

È un'area interamente dedicata all'immuno-diabetologia, quella recentemente creata da Sanofi per cambiare il corso del diabete di tipo 1, una nuova prospettiva che mira a intervenire sull'evoluzione della malattia, ritardandone l'insorgenza ancora prima che si manifesti la sintomatologia. Il nuovo anticorpo monoclonale *teplizumab* prodotto da Sanofi intercetta infatti una parte dei globuli bianchi coinvolti nella risposta immunitaria.

Il diabete di tipo 1 si sviluppa tipicamente nei bambini, negli adolescenti e nei giovani adulti, ma può manifestarsi anche in età avanzata. La causa è stata ascritta a una reazione autoimmune in cui l'organismo distrugge per errore le cellule del pancreas deputate alla sintesi dell'insulina, per cui si ha una ridotta o mancata produzione di questo ormone.

L'esordio della malattia può risultare particolarmente traumatico in età pediatrica, con un episodio acuto di iperglicemia (chetoacidosi diabetica) che può richiedere l'ospedalizzazione in emergenza e che può portare in alcuni casi anche a esiti letali. ■

Omega-3: effetti benefici anche per i polmoni

L'azione antiinfiammatoria dei grassi omega-3 sarebbe capace di mantenere in salute, oltre al sistema cardiovascolare, anche i polmoni.

A trarre questa evidenza è stato uno studio realizzato dal *National Institutes of Health* americano pubblicato recentemente sul *Journal of respiratory and critical care medicine*, in cui è stato indagato in maniera specifica il ruolo della dieta nelle malattie polmonari croniche.

Lo studio statunitense è partito dalla constatazione che è proprio l'infiammazione a contribuire al declino della funzione polmonare e allo sviluppo della broncopneumopatia cronica ostruttiva, e dunque gli acidi grassi omega-3, che possiedono spiccate proprietà antinfiammatorie, potevano costituire un valido aiuto per il buono stato di salute dei polmoni.

I ricercatori hanno dunque posto al vaglio questa ipotesi, analizzando i dati sull'apporto di omega-3 in relazione alla salute polmonare di 15 mila americani tra i 7 e i 20 anni.

La ricerca ha scoperto che le persone con più alti livelli di omega-3 nel sangue preservavano nel tempo una migliore funzionalità polmonare, un risultato che è stato confermato nella seconda fase dello studio, che ha analizzato i dati di una biobanca inglese.

“Questo studio si aggiunge alle crescenti evidenze che gli acidi grassi omega-3, nell'ambito di una dieta sana, possono essere importanti anche per la salute dei polmoni”, ha commentato la coordinatrice della ricerca Patricia Cassano, “e apre anche all'utilizzo sempre più mirato di affiancare alla terapia raccomandazioni alimentari personalizzate per le persone a rischio elevato di malattie polmonari croniche”.

Probiotici utili nei pazienti affetti da depressione

Un recente studio pubblicato su *Jama psychiatry* ha accertato che integrare la dieta con una miscela probiotica a base di 14 ceppi di batteri può aiutare i pazienti in trattamento con farmaci antidepressivi per il disturbo depressivo maggiore.

La risposta mancata o parziale agli antidepressivi costituisce infatti un problema terapeutico di enorme importanza.

“Esistono prove crescenti che il microbiota intestinale eserciti un ruolo anche nella regolazione dell'umore”, ha tenuto a spiegare Viktoriya Nikolova, ricercatrice dell'*Institute of psychiatry, psychology & neuroscience* del King's College di Londra, “e questo studio pilota ha voluto verificare se il miglioramento della salute intestinale attraverso

l'uso di probiotici potesse agire come un nuovo percorso per sostenere l'umore e la salute mentale”.

L'analisi è stata condotta su 49 adulti con diagnosi di disturbo depressivo maggiore che avevano fatto registrare una risposta incompleta all'assunzione di antidepressivi.

Divisi in due gruppi, a una metà è stato somministrato un integratore probiotico brevettato con una miscela di 14 ceppi a elevata biodisponibilità e all'altra metà un placebo.

La sperimentazione è durata otto settimane, e se nella prima fase entrambi i gruppi hanno mostrato un miglioramento dei sintomi, dalla quarta settimana in poi l'efficacia della terapia antidepressiva è stata maggiore e più significativa nel gruppo di soggetti trattati con il probiotico, evidente soprattutto dal confronto delle valutazioni effettuate con le scale ufficiali di misurazione per la depressione e per gli stati ansiosi.

“Questo studio costituisce un primo passo importante nell'esplorazione di una potenziale terapia con probiotici per la depressione”, ha commentato la ricercatrice, “ed è uno dei primi studi su una popolazione occidentale a mostrare sia una buona tollerabilità dei probiotici, sia effetti positivi sulla salute mentale negli adulti con depressione in terapia con antidepressivi”. Secondo gli esperti, i risultati forniscono una solida base per valutare ulteriormente i benefici dei probiotici nel sostegno dell'umore e della salute mentale in analisi di più ampia portata. ■

Mercato dei farmaci Sop: vendite in aumento, tanto da superare i dati prepandemia del 2019

“Positivamente anomalo”. Per le vendite dei medicinali senza obbligo di prescrizione il 2022 è stato un anno di svolta, tanto che il settore ha superato i livelli prepandemici del 2019. È una valutazione confortante quella che compendia i dati riportati dall'analisi “Numeri e indici dell'automedicazione 2023”, con cui Federchimica Assosalute ha preso in esame il mercato farmaceutico europeo e italiano. La scarsità delle risorse dedicate alla sanità, l'aumento della spesa sanitaria pubblica e il suo incremento rispetto al Pil accomunano un po' tutti i paesi europei, e in questo quadro

Complice la particolare situazione epidemiologica, legata all'evoluzione benigna della pandemia e all'aumento delle sindromi influenzali, il mercato dei farmaci Sop in Europa e in Italia ha fatto registrare una decisa ripresa, più sostenuta di quella che ha caratterizzato nell'ultimo anno i prodotti dispensabili su prescrizione medica, che pure hanno fatto registrare un incremento delle vendite che rappresenta il valore più alto dal 2015.

emerge che l'Italia presenta una copertura pubblica della spesa sanitaria corrente e una quota della spesa sanitaria pubblica sul Pil inferiori rispetto ai dati medi dei 17 paesi europei considerati nell'analisi, mentre risulta di poco superiore al valore medio europeo l'incidenza sul Pil della spesa sanitaria privata.

Tra le voci che compongono la spesa sanitaria, una parte rilevante è costituita dalla farmaceutica, che mediamente rappresenta quasi il 14 per cento del totale dei costi per la sanità, con un'incidenza media sul Pil dei paesi europei considerati nell'analisi pari all'1,6 per cento.

Nei vari stati, la spesa per i farmaci è strettamente correlata alla ricchezza prodotta: i cinque mercati

più rilevanti, Germania, Francia, Regno Unito, Spagna e Italia, coprono oltre il 72 per cento del mercato farmaceutico complessivo europeo.

Tuttavia, se si considera la reale incidenza della spesa farmaceutica retail sulle singole economie nazionali, ovvero in rapporto al Pil, il rapporto di Assosalute evidenzia una fotografia differente.

Il paese che registra una maggiore incidenza della spesa per i farmaci rispetto alla ricchezza prodotta è la Grecia, mentre la quota più bassa si registra in Danimarca e nei Paesi Bassi, e, tra i cinque principali mercati, quello tedesco presenta la più alta incidenza della spesa farmaceutica sul Pil, mentre l'Italia, quinto mercato europeo per dimensioni, fa registrare, tra i



mercati più rilevanti, la più bassa incidenza della spesa farmaceutica sulla ricchezza prodotta.

Anche nell'analisi della spesa farmaceutica pro capite il report di Assosalute mette in rilievo una forbice significativa tra i vari paesi: rispetto a una spesa media annua per persona che raggiunge i 491 euro, vi sono nazioni come Italia, Regno Unito, Paesi Bassi e Polonia che presentano una spesa pro capite decisamente inferiore alla media europea, e altre, come Austria e Svizzera, in cui questo valore supera i 1.000 euro.

Se si prende in esame il solo settore dei farmaci senza obbligo di prescrizione (Sop), si vede che i cinque mercati europei più importanti, cioè Germania, Francia, Regno Unito, Spagna e Italia, costituiscono il 71 per cento del mercato a livello europeo, ma sebbene l'Italia faccia parte dei paesi con

i valori più elevati, le dimensioni del mercato italiano dei Sop sono in realtà inferiori rispetto a quelle dei principali paesi europei, soprattutto di Germania e Francia.

Nel 2022 la spesa per i farmaci senza obbligo di prescrizione nei paesi europei è cresciuta del 9 per cento, un aumento assai più consistente di quello rilevato nel 2021, pari a poco più del 4, e il più elevato dal 2001.

Gli analisti di Assosalute hanno spiegato questo deciso incremento da un lato con una maggiore incidenza delle sindromi influenzali e parainfluenzali, dall'altro con il fatto che le ondate di Covid-19, perdendo di gravità clinica, sono diventate gestibili con farmaci sintomatici dispensabili senza ricetta medica.

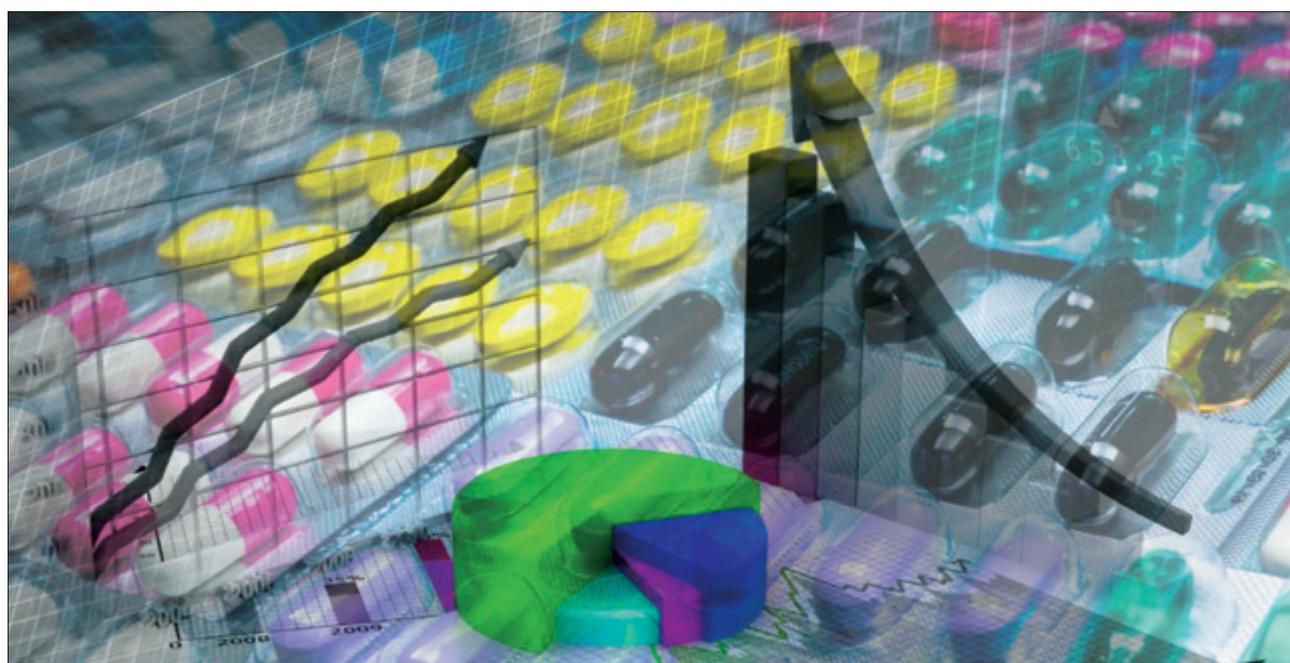
La spesa pro capite per i farmaci Sop mostra differenze molto rilevanti tra i diversi paesi, dai 201 euro della Sviz-

zera ai 38 della Svezia, con un valore medio pari a poco più di 84 euro.

In questa classifica l'Italia, con un importo di circa 49 euro, presenta una spesa per cittadino destinata ai farmaci Sop inferiore alla media europea e anche ai valori della maggior parte dei paesi considerati - tra cui Francia, Germania, Spagna e Polonia - ma superiore a quella di Norvegia, Regno Unito, Paesi Bassi, Grecia e Svezia.

Al di là delle differenze esistenti a livello delle singole realtà nazionali, l'andamento della spesa per abitante destinata ai farmaci senza obbligo di ricetta risulta comunque in crescita, seppur in modo non omogeneo, un po' in tutti i paesi europei.

L'incidenza della spesa per i Sop sulla spesa complessiva per i farmaci acquistati dai cittadini nelle farmacie e in altri canali al dettaglio nei paesi europei è infatti aumentata, dopo la con-



Quanto incide la spesa per i Sop sul totale

Dati in percentuale

Fonte: Assosalute

	2001	2012	2018	2019	2020	2021	2022
Austria	10,9	10,7	12,1	12,0	11,4	11,0	11,3
Belgio	26,7	27,1	26,8	25,2	23,8	23,8	24,0
Danimarca	17,3	19,2	17,3	17,0	16,6	18,1	18,5
Finlandia	20,5	22,0	20,3	19,3	18,5	18,0	19,1
Francia	24,3	17,9	17,9	17,0	15,8	14,9	14,6
Germania	36,0	22,9	21,6	20,7	19,3	19,2	19,2
Grecia	5,3	5,7	8,0	8,1	7,8	7,9	8,4
Irlanda	22,3	15,2	15,5	15,7	15,3	15,9	17,2
Italia	12,5	12,9	14,8	15,0	14,6	14,8	16,8
Norvegia	10,8	10,7	8,2	8,5	8,6	8,3	8,6
Paesi Bassi	18,1	16,2	16,7	16,4	16,9	17,1	16,4
Polonia	28,1	34,0	37,4	35,9	35,5	34,5	34,3
Portogallo	6,3	8,4	12,7	13,0	12,2	12,5	13,6
Regno Unito	17,0	17,8	16,3	16,0	15,2	15,2	15,9
Spagna	9,5	11,7	15,5	15,0	13,7	13,8	15,0
Svezia	9,2	11,2	10,2	10,1	9,5	9,2	9,4
Svizzera	25,6	20,4	18,4	17,6	17,7	16,8	17,2
Totale	22,7	18,1	18,6	18,1	17,1	16,8	17,2

Tabella 1

trazione degli ultimi anni, passando dal 16,8 per cento del 2021 al 17,2 del 2022. Una crescita che ha caratteriz-

zato anche l'Italia, che ha raggiunto valori mai visti negli anni precedenti (tabella 1).

La segmentazione del mercato della salute

Dati in percentuale, sell out 2022 e trend 2022/2021

Fonte: Assosalute

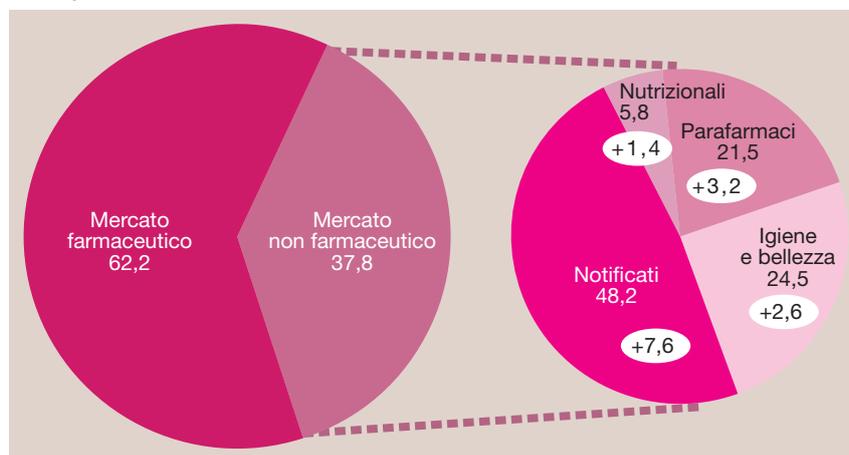


Figura 1

Il mercato farmaceutico italiano

In Italia nel 2022 sono state dispensate circa 1,8 miliardi di confezioni di medicinali, per un controvalore che ha superato i 17 miliardi di euro, con un andamento a valori positivo sia per i farmaci con obbligo di prescrizione sia per quelli senza obbligo di ricetta, anche se l'aumento della spesa risulta essere ben più deciso per i secondi (+19 per cento) rispetto ai primi (+2). Per quanto riguarda il mercato dei farmaci Sop, secondo gli analisti di Assosalute l'anno appena trascorso ha rafforzato l'andamento positivo evidenziato già a partire dal mese di aprile del 2021, con un aumento delle vendite di cui, anche per l'Italia, risulta responsabile sia la diffusione dei virus influenzali e parainflenziali nell'ultimo trimestre del 2022, sia l'utilizzo di questi medicinali come valida soluzione terapeutica per la gestione della sintomatologia dei casi non gravi di Covid o per alleviare i malesseri legati al vaccino.

La segmentazione a valore del mercato non farmaceutico ha visto aumentare, seppur di misura, il peso dei notificati, che si attesta attorno al 48 per cento. Le vendite mostrano trend positivi per tutte le classi merceologiche: restano sostanzialmente stabili i nutrizionali e i prodotti per l'igiene e la bellezza, con un incremento dell'1,4 e del 2,6 per cento rispettivamente, mentre i parafarmaci, seppur in crescita del 3 per cento circa, mostrano un andamento in rallentamento rispetto agli eccezionali incrementi del perio-

Stai cercando di avere un bambino?



Conoscere i tuoi giorni fertili può aiutarti.

Test di Ovulazione Digitale Avanzato
Un test di ovulazione che identifica i tuoi 4 giorni fertili



Basso



Alto



Picco



Clearblue®



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



do pandemico dovuti alle mascherine e ai test antigenici rapidi per il Covid-19, che sono stati inclusi in questa classe di prodotti (figura 1).

Canali a confronto

Con riferimento alla totalità dei prodotti di libera vendita, ovvero farmaci senza obbligo di prescrizione e prodotti non farmaceutici, dal confronto tra farmacia, parafarmacia e corner della Gdo si vede come la quota dei prodotti non farmaceutici sia maggiore nei canali diversi dalla farmacia, che risente della concorrenza soprattutto su questo segmento (figura 2).

Rispetto all'anno precedente, il report di Assosalute ha evidenziato che il peso dei farmaci senza obbligo di ricetta è aumentato in tutti i canali di vendita, con un guadagno pari a poco più di tre punti percentuali in parafarmacia, due in farmacia e poco meno di un punto percentuale nei corner della Gdo.

Guardando al mercato non farmaceutico, si nota una diversa segmentazione nei tre canali di vendita: nella Gdo i notificati presentano infatti un peso notevolmente inferiore (26 per cento) rispetto a quanto registrato in farmacia e parafarmacia (50 e 46 per cento rispettivamente), mentre la situazione si ribalta sia nel caso dei nutrizionali - per i quali i corner Gdo fanno registrare il 24 per cento delle vendite contro il 5 degli altri due canali - sia, soprattutto, per i prodotti di igiene e bellezza, che nei corner Gdo rappresentano il 41 per cento delle ven-

Sop: farmacia sempre in testa per vendite

Dati sell out 2021, valori in percentuale

Fonte: Assosalute



Figura 2

dite complessive dei prodotti non farmaceutici.

Dall'analisi di Assosalute risulta comunque che il valore delle vendite di prodotti non farmaceutici nelle farmacie sfiora gli 8,8 miliardi di euro, mentre si attesta a poco più di 806 milioni nelle parafarmacie e a poco meno di 804 milioni nei corner Gdo.

Anche nell'analisi pubblicata quest'anno gli economisti di Assosalute hanno fatto notare come l'apertura alla vendita delle specialità medicinali senza obbligo di ricetta alle parafarmacie e ai corner Gdo, e la conseguente maggiore concorrenza sui prezzi, non abbiano agito nel tempo da volano di crescita per il comparto dei medicinali senza obbligo di prescrizione.

Inoltre, tali processi di liberalizzazione non hanno nemmeno influito significativamente sulle abitudini di acquisto dei cittadini per i farmaci Sop, in quanto la farmacia resta il principale luogo di dispensazione di questi medicinali: continua infatti a detenere una quota

di mercato dell'89 per cento a volumi e di oltre il 90 a valori.

Guardando alla composizione delle vendite dei farmaci senza obbligo di ricetta nei tre canali, si vede che gli Otc rappresentano in parafarmacia l'80,3 per cento a volumi e l'81,0 a valori, quote che per i corner della Gdo sono pari, rispettivamente, all'80,8 e all'83,6 (tabella 2).

Per effetto dell'apertura alle vendite di farmaci senza obbligo di ricetta ad altri canali, la farmacia ha però perso quote di mercato per i farmaci Sop, diminuite di oltre 4 punti percentuali a volumi e del 3,5 per cento a valori.

Nel 2007 la quota di mercato della farmacia per le vendite dei medicinali senza obbligo di ricetta era del 97 per cento, ed è andata progressivamente calando, seguendo inizialmente il ritmo di rapida accelerazione della nascita di corner e parafarmacie tra il 2007 e il 2008.

Poi il ritmo delle aperture ha progressivamente rallentato e le dinamiche competitive si sono stabilizzate, per

Quanto pesa il mercato dei farmaci Sop...

Dati sell out 2022. Valori in prezzo al pubblico

Fonte: Assosalute

	Unità (milioni di confezioni)	Peso % canali e classi	Valori (milioni di euro)	Peso % canali e classi
FARMACIE				
Farmaci Otc	194,7	76,3	1.976,4	76,0
Farmaci Sp	60,6	23,7	624,5	24,0
Totale farmaci Sop	255,3	89,0	2.600,9	90,5
PARAFARMACIE				
Farmaci Otc	15,1	80,3	139,8	81,0
Farmaci Sp	3,7	19,7	32,8	19,0
Totale farmaci Sop	18,8	6,5	172,6	6,0
CORNER GDO				
Farmaci Otc	10,4	80,8	83,3	83,6
Farmaci Sp	2,5	19,2	16,3	16,4
Totale farmaci Sop	12,9	4,5	99,6	3,5

Tabella 1

... e come è variato l'andamento nei canali

Dati sell out a volume, valori in percentuale

Fonte: Assosalute

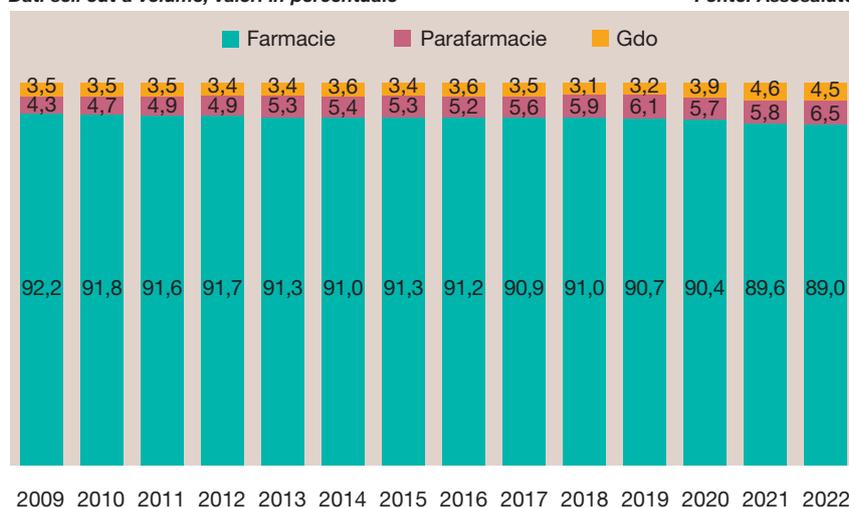


Figura 3

quanto il numero di punti di vendita diversi dalla farmacia sia complessivamente aumentato nel tempo, seppur con ritmi diversi tra parafarmacie e corner della Gdo.

Rispetto al 2021, gli analisti hanno fatto notare nel 2022 un lieve aumento della quota di mercato delle parafar-

macie per effetto di un andamento moderatamente più dinamico delle vendite rispetto a quello presentato dai corner della Gdo (figura 3).

Sul fronte delle confezioni vendute, rispetto al 2021 le farmacie hanno fatto registrare volumi in deciso aumento (+16 per cento), con un trend mi-

gliore per gli Otc (+18) rispetto ai farmaci Sp (+11), in linea con l'andamento del mercato nel suo complesso. Anche le parafarmacie, con un +14 per cento, hanno presentato un aumento dei volumi, pure in questo caso più significativo per gli Otc (+15) rispetto agli Sp (+9).

Rispetto agli altri canali, i corner della Gdo hanno invece avuto una crescita moderatamente meno dinamica (+12 per cento), ma anche in questo caso gli Otc hanno presentato una crescita maggiore (+13 per cento) rispetto a quella degli Sp (+10).

Per tutti e tre i canali, i dati a valori hanno fatto registrare andamenti simili a quelli relativi ai volumi.

Il report di Assosalute ha anche preso in esame le vendite di medicinali senza obbligo di prescrizione sul canale on line ed è stato notato, come già accaduto lo scorso anno, che l'esperienza pandemica ha dato un forte impulso agli acquisti in rete. Per i Sop, comunque, il fenomeno non mostra numeri paragonabili a quelli di mercati come gli integratori e i prodotti per la cura della persona, in quanto copre ancora una quota esigua delle vendite del comparto (2,5 per cento a valori e 3,6 a volumi). Da considerare, tuttavia, che l'acquisto on line di medicinali senza obbligo di prescrizione ha fatto registrare nel 2022 una crescita importante del +39 per cento a volumi e del +36 a valori, per un totale di oltre 10 milioni di confezioni vendute e un giro d'affari di 74 milioni di euro. ■

accord
We make it better

GUARDIAMO OLTRE PER OFFRIRE DI PIÙ.

Ci impegniamo per garantire
un'**alternativa accessibile a tutti**,
senza rinunciare alla qualità
dei **nostri farmaci**.

www.accord-healthcare.it



Tendenze 2022 e andamento dei primi cinque mesi 2023: il rilancio del cosmetico in farmacia

Viki Nellas

New Line Ricerche di Mercato

Andamento generale del mercato in farmacia

Il consuntivo a maggio 2023 mostra un canale farmacia i cui risultati risentono, in maniera importante, del confronto con un anno precedente anomalo in termini di dinamiche di consumo e con una situazione generale di notevole incertezza economica.

Partendo da uno sguardo d'insieme sull'andamento del canale, se il 2022 si era chiuso con dati positivi sia in fatturato (+4,6%) sia in confezioni (+3,8%), grazie soprattutto a una stagione influenzale con un picco di contagi insolitamente anticipato, il 2023 si è aperto invece con dinamiche distinte e quasi antitetiche tra fatturato e confezioni. Il dato progressivo di maggio evidenzia infatti un andamento sostanzialmente piatto in fatturato (+0,3%), al quale però si contrappone un differenziale decisamente negativo per le confezioni (-6%).

Su questo risultato ha un impatto rilevante la contrazione a inizio 2023 del paniere Covid, comprendente mascherine, gel per le mani e tamponi: si tratta di prodotti venduti in grande quantità ma con una battuta di cassa decisamente ridotta data dai prezzi

Dopo gli importanti scossoni subiti negli ultimi anni, dovuti alla contrazione della domanda nel periodo pandemico e alla concorrenza dell'extra-canale, soprattutto da parte dell'e-commerce, il mercato cosmetico della farmacia non solo ha recuperato nel 2022 il gap con il 2019 ma nei primi cinque mesi di quest'anno ha anche accelerato la tendenza in atto.

bassi o calmierati. La performance negativa di questi segmenti, che hanno rappresentato nel 2022 una parte importante del giro d'affari a causa della diffusione della variante Omicron e della legislazione di emergenza, ha un impatto nella lettura dell'andamento globale: considerare infatti il canale al netto di questi prodotti restituisce differenziali nettamente più lusinghieri, con una crescita di +5,6% in fatturato e +2,3% in confezioni.

Una volta eliminato il primo fattore di distorsione, il confronto dei differenziali tra fatturato e confezioni restituisce una forbice di quasi 3,5 punti, indice invece dell'altra grande variabile in atto nel canale, ovvero l'impatto dell'inflazione. Il mondo farmacia è stato infatti per tutto il 2022 sostanzialmente al riparo dagli aumenti repentini e generalizzati dei prezzi che hanno scosso ampi settori dell'economia ita-

liana, dalle materie prime all'energia, e che hanno avuto impatti sia sulla filiera produttiva sia sul potere d'acquisto del consumatore.

L'inizio del 2023 ha però comportato un aggiustamento dei listini, con una crescita dell'indice dei prezzi del comparto commerciale (calcolato su base 2015) a gennaio 2023 di quasi due punti rispetto a dicembre 2022 (111,5 rispetto a 109,9 a chiusura anno). Nonostante i valori siano ancora lontani da quelli comunicati nell'Indice dei prezzi a consumo per l'intera collettività (NIC) rilevato dall'Istat, che a inizio 2023 si assesta intorno a 119, per il commerciale si tratta comunque di un incremento di quasi due punti in un mese e di quasi quattro punti rispetto all'inizio del 2022 (107,6).

L'aumento dei prezzi ha avuto un impatto maggiore nell'ambito dell'auto-medicazione, in cui il motore d'acqui-

sto tradizionalmente è il bisogno di cura e il consumatore è meno sensibile all'aumento dei prezzi, ma anche la dermocosmesi ha accusato il colpo, con una crescita di quasi un punto dell'indice tra la fine del 2022 e l'inizio del 2023 (102,7 rispetto a 101,9 a chiusura anno).

Dinamiche del mercato cosmetico

A fronte di dinamiche così peculiari, e per certi versi uniche nella storia recente del canale farmacia, è istruttivo verificare quali sono stati gli impatti sul mondo della dermocosmesi: un comparto dalla notevole vocazione commerciale che negli ultimi anni ha affrontato importanti scossoni, dovuti alla contrazione della domanda in periodo pandemico e alla concorrenza extra canale, soprattutto da parte dell'e-commerce.

Partendo da uno sguardo d'insieme sulle tendenze di lungo periodo della

dermocosmesi in farmacia si osserva l'immagine di un segmento fortemente condizionato dalla

presenza della pandemia. Se infatti il mercato chiudeva il 2019 con dati positivi sia in fatturato (+2,5%) sia in confezioni (+1,5%), che proseguivano una dinamica espansiva in atto fin dal 2018, il dato del 2020 evidenziava una notevole battuta d'arresto, con differenziali fortemente negativi su entrambe le dimensioni (-6,6% in fatturato e -7,1% in confezioni). Su questo andamento hanno inciso diversi fattori, sia esogeni al canale, come le forti limitazioni agli spostamenti personali e all'accesso in farmacia, sia endogeni, come l'orientamento delle scelte del consumatore verso l'acquisto legato al bisogno di cura.

Il 2021 ha segnato un rimbalzo rispetto al picco negativo dell'anno precedente (+4,4% in fatturato e +1,7% in confezioni) ma con risultati ancora lontani rispetto al periodo pre-pandemico: il confronto con il 2019 restituiva infatti ancora differenziali negativi sia in fatturato (-2,4%) sia in confezioni (-5%). Si può iniziare a parlare di una ripartenza del canale per la dermocosmesi solo con il 2022, che nonostante l'impatto dell'inflazione si chiude con un dato positivo rispetto all'anno prece-

dente sia in fatturato (+2,7%) sia in confezioni (+0,5%), così come si chiude progressivamente il gap con il 2019 soprattutto in fatturato (-0,3%).

Confronto tra canali

Proseguendo nell'approfondimento con uno sguardo alla performance dei canali distributivi nel 2022, emerge come il consumatore abbia premiato soprattutto l'acquisto in negozio. Sono infatti le vendite in farmacia, parafarmacia e grande distribuzione (mass market), che insieme pesano per il 96% del giro d'affari totale, a fare da traino, con differenziali in fatturato

positivi in tutti e tre i canali (+2,7% in farmacia, +3,8% in parafarmacia e +3% nella grande distribuzione). È un risultato che appare ancora più rilevante se si considera che i prodotti venduti in farmacia e parafarmacia hanno un prezzo medio superiore di oltre 2 euro ri-



Mercato dermocosmetico: confronto tra i canali di vendita

Progressivo a maggio 2023 (YTD)

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

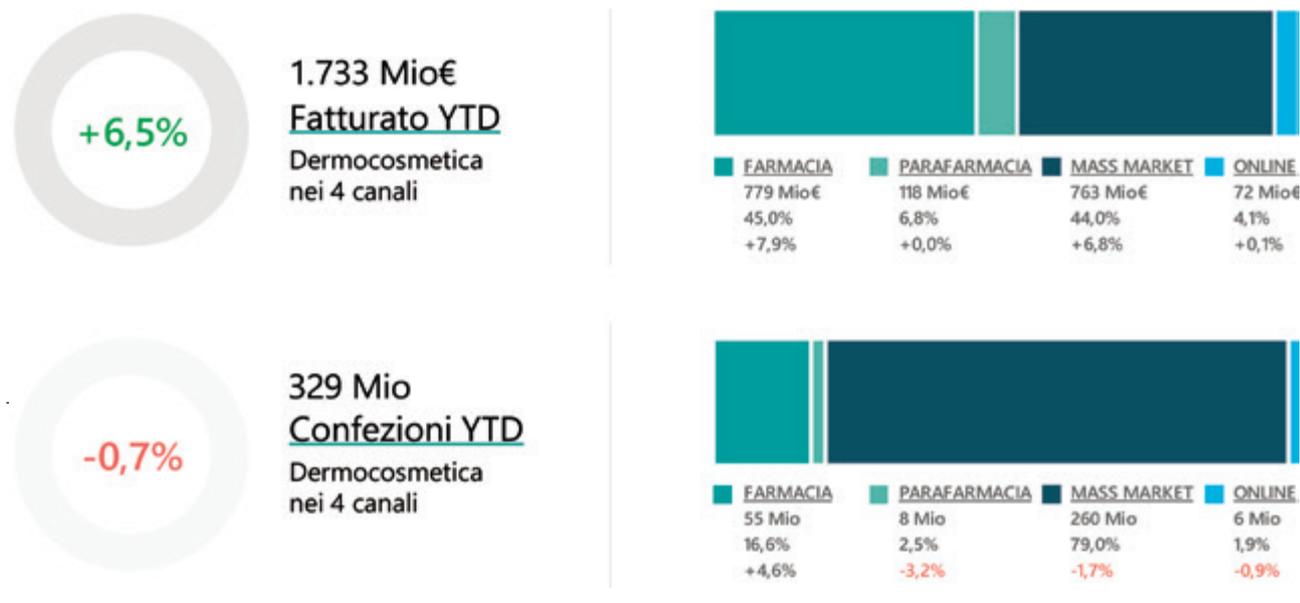


Grafico 1

rispetto a quello del e-commerce (13,8 € rispetto a 11,2€).

I primi cinque mesi del 2023 proseguono per la dermocosmesi con la tendenza positiva di chiusura 2022 (Grafico 1), registrando trend positivi in fatturato (+6,5%), frutto di crescite rilevanti sia in farmacia (+4,6%) sia nel mass market (+6,8%). Nonostante entrambi i canali esprimano differenziali positivi, l'assortimento presente in farmacia differisce nettamente da quello mass market in termini sia di prezzo medio (14,3€ rispetto a 2,9€) sia soprattutto di categorie più vendute. Se si considerano infatti i 100 prodotti più venduti nella grande distribuzione quasi la metà sono deodoranti, detergenti liquidi, prodotti per l'igiene Intima o per l'igiene orale. In farmacia invece la categoria più rappresentata tra le prime referenze del mercato è quella dei

prodotti antirughe, seguita da prodotti anticaduta e da quelli per il trattamento delle dermatiti. E' evidente quindi che la differenza del paniere dei prodotti più venduti influisce sul prezzo medio, ma è anche interessante notare che il consumatore continua a scegliere la farmacia per i prodotti dalle destinazioni d'uso più specifiche.

Principali segmenti di mercato

Al positivo risultato dermocosmetico del 2022 e di inizio 2023 concorrono tutti i macro-assi del comparto (Tabella 1). La *Cosmesi*, che contiene tutto il mondo dei *Trattamenti Viso e Corpo*, registra i differenziali migliori, con una crescita rilevante in fatturato (+8,6%), ma anche i segmenti dell'*Igiene* e dei *Dermatologici* (questi ultimi prodotti ad uso topico per il trattamento di stati infiammatori cutanei), registrano an-

damenti trend positivi significativi. Anche il segmento della *Paidocosmesi*, prodotti per la pulizia e l'igiene del bambino, apre il 2023 con un risultato positivo, recuperando rispetto alla contrazione osservata a fine 2022.

Cosmesi. Analizzando in dettaglio il mondo della *Cosmesi*, che vale sul progressivo a maggio 2023 quasi il 55% del giro d'affari del comparto (Tabella 2), emerge come a incidere sui risultati globali siano principalmente il segmento dei *Trattamenti Viso* (+15% in fatturato) e quello del *Maquillage* (+21,7% in fatturato). A questi si accompagnano anche l'andamento in crescita dei *Prodotti per Capelli*, con un incremento a doppia cifra, mentre è più in sofferenza il segmento dei *Trattamenti per il Corpo*, che cresce solo leggermente in fatturato (+1,3%).

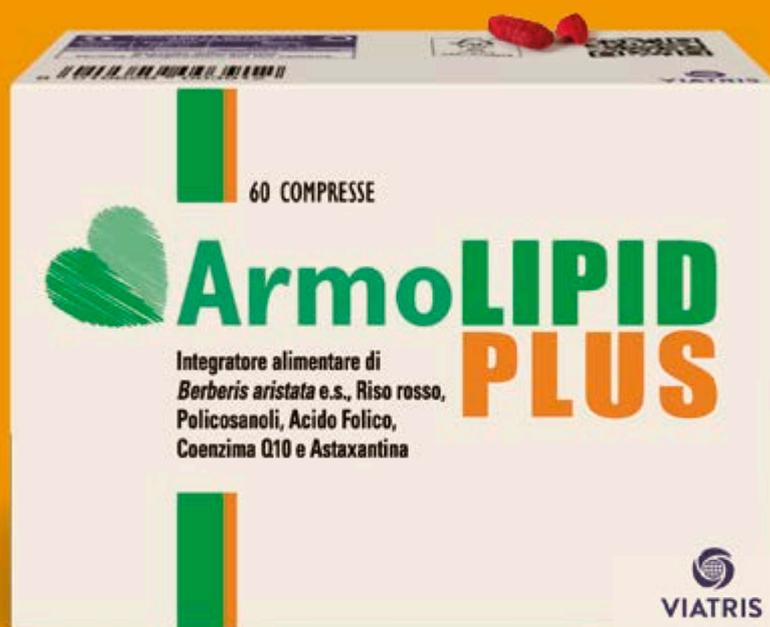
ArmoLIPID PLUS

INTEGRATORE PER IL COLESTEROLO

Il più scelto in Farmacia*

NATURALE
AVERLO
A CUORE

PRODOTTO
IN ITALIA



Seguitemi sui social
e sul sito [Armolipid Italia](#)



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

A VIATRIS COMPANY



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

INNOVIA
ensa
BENESSERE

Dermocosmesi in farmacia: fatturato 2022 e primi 5 mesi 2023

Valori in prezzi al pubblico

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

Macroassi	ANNO 2022		YTD 5/2023		Peso Macroassi
	Fatturato (€ x 1.000)	Trend	Fatturato (€ x 1.000)	Trend	
COSMESI	1,206,849	+3.3%	520,238	+8.6%	66.5%
IGIENE	347,898	+1.3%	142,596	+6.0%	19.2%
DERMATOLOGICI	202,253	+3.4%	93,687	+8.7%	11.1%
PAIDOCOSMESI	57,705	-2.8%	22,874	+1.2%	3.2%
Totale Dermocosmesi - Canale Farmacia	1,814,704.4	+2.7%	779,394.9	+7.9%	100%

Tabella 1

Sulla performance del mondo dei *Solari*, tradizionalmente una delle locomotive del comparto nella stagione primaverile, pesa l'eccezionale ondata di maltempo, accompagnata da temperature decisamente più basse della media stagionale, e soprattutto il confronto con un 2022 in cui, complice un clima quasi estivo già agli inizi di maggio, il segmento aveva realizzato il suo picco di vendite ben prima dell'inizio dell'estate.

Trattamenti Viso. Esplorando in dettaglio il segmento dei *Trattamenti Vi-*

so, il primo dei comparti della *Cosmesi* per importanza, risalta immediatamente la netta differenza tra i risultati di chiusura 2022 e quelli di inizio 2023 (Tabella 3). Se infatti il mondo degli *Antietà*, tra le principali componenti del fatturato complessivo della dermocosmesi in farmacia, aveva chiuso il 2022 con un risultato in sostanziale pareggio in fatturato (-0,3%), il 2023 si è aperto con un andamento in crescita a doppia cifra (+11,4%), dinamica seguita anche dai prodotti *Idratanti* e dai prodotti per la *Pulizia del Viso*, con una crescita rispettivamente di +16,4% e

+19,8%. Nonostante questa categoria abbia un prezzo medio elevato (quasi 32 euro) la farmacia è comunque il canale di predilezione grazie soprattutto alla fedeltà alle marche che ne caratterizzano l'assortimento e che il consumatore associa ad un alto livello qualitativo.

Su questi differenziali così migliorativi pesa sicuramente il confronto con un inizio 2022 contraddistinto dalla diffusione di Omicron, che aveva raggiunto il suo picco proprio nei primi mesi dell'anno e indirizzato la preferenza d'acquisto del consumatore verso i

Categorie comparto cosmesi: fatturato 2022 e primi 5 mesi 2023

Valori in prezzi al pubblico

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

Categoria	ANNO 2022		YTD 5/2023	
	Fatturato (€ x 1.000)	Trend	Fatturato (€ x 1.000)	Trend
TOTALE COSMESI	1,206,849	+3.3%	520,238	+8.6%
TRATTAMENTI VISO	449,095	+2.0%	212,455	+15.0%
TRATTAMENTI CORPO	229,208	-0.3%	100,724	+1.3%
NUTRICOSMETICI	117,963	+1.3%	46,849	+3.4%
SOLARI	143,351	+15.6%	46,766	-3.6%
MAQUILLAGE	90,213	+10.8%	42,057	+21.7%
CAPELLI	75,323	-1.7%	30,261	+12.1%
PROFUMI	37,797	+7.7%	15,097	+21.0%
TRATTAMENTI PIEDI	31,749	+3.3%	11,918	-2.6%
TRATTAMENTI MANI	21,348	-10.1%	9,980	-7.2%
COSMETICI UOMO	8,446	+8.3%	3,088	+7.7%
TRATTAMENTI UNGHIE	2,355	+13.1%	1,043	-0.8%

Tabella 2

Focus trattamenti viso: fatturato 2022 e primi 5 mesi 2023

Valori in prezzi al pubblico

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

Sotto-Categoria	ANNO 2022		YTD 5/2023	
	Fatturato (€ x 1.000)	Trend	Fatturato (€ x 1.000)	Trend
TRATTAMENTI VISO	449,095	+2.0%	212,455	+15.0%
ANTIETA'	289,364	-0.3%	134,123	+11.4%
IDRATANTI VISO	51,367	-0.9%	24,433	+16.4%
PULIZIA VISO (DETERGENTI, TONICI)	48,306	+4.7%	22,887	+19.8%
IDRATANTI E PROTETTIVI LABIALI	24,812	+18.7%	14,133	+43.3%
ALTRI TRATTAMENTI PER IL VISO	13,985	+36.0%	6,570	+13.1%
ANTIARROSSAMENTO E COUPEROSITÀ	11,289	-0.6%	6,098	+17.7%
ESFOLIANTI VISO	4,286	-2.2%	2,330	+39.5%
ACQUE TERMALI E FLOREALI	5,685	+12.0%	1,882	+8.8%

Tabella 3

Focus trattamenti corpo: fatturato 2022 e primi 5 mesi 2023

Valori in prezzi al pubblico

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

Sotto-Categoria	ANNO 2022		YTD 5/2023	
	Fatturato (€ x 1.000)	Trend	Fatturato (€ x 1.000)	Trend
TRATTAMENTI CORPO	229,208	-0.3%	100,724	+1.3%
IDRATANTI CORPO	78,858	+1.9%	32,333	+1.0%
TRATTAMENTI SPECIALI	32,772	+8.2%	17,007	+15.5%
ALTRI TRATTAMENTI CORPO	37,824	-2.4%	16,123	+3.4%
ANTICELLULITE	33,036	-7.3%	14,727	-17.5%
PELLI SENSIBILI E LENITIVI	31,249	+3.8%	14,248	+12.8%
ANTISMAGLIATURE	12,514	-14.8%	5,032	-5.8%
ESFOLIANTI CORPO	2,956	-5.1%	1,255	+0.3%

Tabella 4

prodotti di cura, ma anche la progressiva dismissione delle mascherine ha riportato in auge prodotti più legati alla cura del viso.

Trattamenti Corpo. Infine uno sguardo alla dinamica generale del mondo dei *Trattamenti Corpo*, dal quale emerge (Tabella 4) che i differenziali peggiori sono ottenuti dai mercati *Anticellulite* (-17,5%) e *Antismagliature* (-5,8%), altri mercati stagionali colpiti negativamente dalla stagione anomala. A sostenere il comparto sono gli *Idratanti Corpo*, con un +1%, e il seg-

mento dei *Trattamenti Speciali* (principalmente prodotti lenitivi e per il trattamento di cicatrici e ragadi), con differenziali positivi a doppia cifra (+15,5%).

Ritorno alla farmacia

Concludendo questa panoramica, nel dato progressivo 2023 della dermocosmesi emergono due dinamiche principali: il consolidamento del ritorno del consumatore al punto vendita territoriale e l'impatto della stagionalità sulle dinamiche del comparto. Rispetto al primo punto, nel 2023 la far-

macia è finalmente libera dalle incombenze legate al mondo Covid e il consumatore ha deciso di premiarla utilizzando il canale fisico anche per acquisti non direttamente legati al bisogno di cura, nonostante la maggiore convenienza dell'e-commerce.

I risultati del comparto sono stati positivamente sostenuti dai *Trattamenti Viso*, con il mercato dei prodotti *Anti-tietà* tra i *best performer*, mentre stentano ancora i settori dei *Trattamenti Corpo* e dei *Solari*, influenzati negativamente da una stagione primaverile anomala. ■

PER RISCOPRIRE **IL PIACERE DI DORMIRE**

Good Night

Innovativo integratore alimentare con Melatonina, GABA, Valeriana, Passiflora, Papavero della California, Vitamina B3 e B6*



1 compressa al giorno
Confezione da **30 compresse**

CON TECNOLOGIA A RILASCIO INTELLIGENTE

AZIONE
IMMEDIATA**

30
MINUTI

EFFETTO
PROLUNGATO

8
ORE

**AIUTA A RIDURRE
IL SENSO DI STANCHEZZA E
AFFATICAMENTO AL RISVEGLIO***

L'effetto benefico della Melatonina si ottiene con l'assunzione, poco prima di coricarsi, di 1 mg della sostanza. Non superare la dose giornaliera consigliata. Non somministrare ai bambini al di sotto dei tre anni di età. Gli integratori non vanno intesi come sostituti di una dieta varia ed equilibrata e di uno stile di vita sano. Tenere fuori dalla portata dei bambini di età inferiore ai tre anni. Conservare in un luogo fresco, asciutto e al riparo dalla luce.

***disgregazione dello strato bianco contenente melatonina in meno di 30 minuti.*

www.integratoregoodnight.it

ZENTIVA

Investire nei servizi: imparare a consultare il bilancio della farmacia per non correre rischi

La farmacia italiana sta affrontando un cambiamento epocale, sovrapponibile a quello che a suo tempo ha trasformato la professione del farmacista da preparatore galenico di medicinali a dispensatore di farmaci realizzati industrialmente.

È un cambiamento di cui il periodo della pandemia ha costituito il volano, rendendo la farmacia sempre più votata all'erogazione di servizi, e oggi, che lo stato di emergenza è terminato, è rimasta però nella popolazione la consapevolezza che quella del farmacista è una professione di servizio: sono 82

Il nuovo assetto della farmacia dei servizi ha delineato la necessità di maggiori risorse umane, più ampi spazi e adeguati macchinari per rendere possibile l'erogazione delle nuove prestazioni sanitarie. È dunque il momento di programmare un investimento, che richiede però un'attenta valutazione dello stato economico della farmacia.

su cento i cittadini che hanno dichiarato di aver riscoperto un nuovo ruolo del farmacista, quello di dispensatore di servizi.

“Il farmacista ha sempre mostrato una grande capacità di adattarsi alle evoluzioni”, ha commentato il presidente

di Utifar Eugenio Leopardi, “il versante dei prodotti è stato invaso dall'e-commerce, dalle parafarmacie e anche dalle Asl, che distribuiscono in proprio, e oggi il farmacista ha ritenuto utile per i cittadini aprirsi al ruolo di operatore sanitario professionista, per esempio iniziando a vaccinare, dimostrando di saper usare nella maniera più completa la sua professionalità”.

“La farmacia è diventata un punto di riferimento importante per il cittadino”, ha proseguito Leopardi, “che ci va, utilizza i servizi, e se per l'acquisto dei prodotti si potrebbe anche rivolgere all'e-commerce, per fruire dei servizi deve far capo alla farmacia”.

La crescita del ruolo professionale e l'evoluzione della farmacia verso l'erogazione di servizi comportano però dal punto di vista pratico una serie di adeguamenti che richiedono nella maggior parte dei casi investimenti an-

Gli elementi utili per un'analisi economica



Figura 1

che importanti, per affrontare i quali senza il rischio di fare passi falsi diventa indispensabile imparare a leggere nel modo più completo il bilancio della farmacia.

Per venire incontro a questa esigenza, l'Unione tecnica italiana farmacisti (Utifar) ha realizzato un approfondimento per fornire qualche utile strumento di lettura del bilancio aziendale: "Con questo nuovo assetto le farmacie hanno bisogno di maggiori risorse umane e di maggiori spazi, e bisogna dunque fare investimenti", ha puntualizzato Eugenio Leopardi, "con un piano industriale che sia produttivo, imparando ad analizzare quali sono i dati che il farmacista deve monitorare giorno per giorno, che cosa va tenuto sott'occhio e soprattutto che cosa guardano le banche quando si presenta un progetto da finanziare". "Capita infatti spesso che il commercialista dica che la farmacia ha un buon andamento, ma quando poi si va in banca a chiedere un prestito ci si può trovare davanti a un rifiuto dell'erogazione", ha tenuto a sottolineare il presidente di Utifar.

Una farmacia che sta cambiando ruolo, come richiesto dall'esigenza di essere uno spot del servizio sanitario nazionale, pone diverse necessità, in termini di locali adeguati per gestire le nuove attività, di personale e di organizzazione del lavoro.

Occorre infatti saper organizzare momenti e spazi dedicati ai servizi, valutando innanzitutto l'impatto economico di queste attività in rapporto al-

l'entità dell'investimento che si intende fare, tenendo presente che i costi immediati possono anche non tradursi tutti subito in ricavi, ma spalmarsi su più anni di esercizio.

Sebbene rispetto a qualche decennio fa la consapevolezza dal punto di vista economico e finanziario dell'azienda farmacia sia migliorata, spesso si crea la condizione che i farmacisti sanno gestire al meglio la farmacia dal punto di vista strettamente legato alla professione ma accusano carenze di fondo nella gestione economica e finanziaria dell'impresa, tanto che la Federazione degli Ordini, che ha da tempo posto la sua attenzione sui temi di gestione della farmacia dal punto di vista economico, è stata co-protagonista nella stesura del decreto ministeriale varato lo scorso ottobre che

ha introdotto tra le materie caratterizzanti del corso di laurea in Farmacia due nuovi insegnamenti, economia gestionale e gestione di impresa.

Come leggere il bilancio

Al farmacista in passato è mancata la cultura di lettura del bilancio, in quanto non ci si preoccupava tanto di perseguire l'equilibrio tra le fonti di reddito e l'utilizzo del guadagno prodotto. Poi la competizione a livello di mercato ha fatto elevare il livello di attenzione del farmacista, che si è sempre più reso capace di leggere i numeri della propria azienda.

Gli esperti che hanno fatto il punto sulla questione per conto di Utifar hanno invitato a considerare che esistono due punti di vista nell'analisi di un bilancio della farmacia, quello del commercia-



lista, che tiene conto dei dati reali delle vendite, dei margini, degli incassi, e quello della banca, che guarda al prelievo del titolare e al bilancio patrimoniale.

Per riuscire a comprendere l'andamento economico della farmacia si può fare riferimento a una serie di parametri che aiutano a fotografare la situazione: gli indici di bilancio sono indicatori in grado di restituire, in maniera sintetica, una valutazione sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria. Tra questi, particolarmente utili sono gli indici di redditività, che misurano la capacità di un'impresa di generare valore e produrre reddito (figura 1).

L'analisi di questi indici, oltre a mostrare lo stato di salute dal punto di vista finanziario dell'impresa farmacia, consente anche di realizzare un confronto più agevole tra bilanci di annualità differenti.

Gli indici di redditività più utili per il controllo dell'andamento economico della farmacia, Ros, Roa, Roe e Roi, sono descritti sinteticamente nel riquadro a lato, ma i commercialisti consigliano che la valutazione di questi parametri sia sempre inserita in un più ampio esame delle attività aziendali: un singolo indice non è infatti in grado di rappresentare la situazione in modo completo.

È dunque indispensabile che l'analisi di redditività dell'azienda farmacia avvenga in relazione ad altri indici di bilancio quali quelli finanziari e patrimoniali.

I parametri cui fare attenzione per garantire

Ros (return on sales): indice che valuta la redditività delle vendite

$$ROS = \frac{\text{Reddito operativo netto}}{\text{Ricavi di vendita}} \times 100$$

Il Ros segnala la capacità dell'azienda di vendere i propri prodotti a condizioni remunerative. Tale capacità dipende dall'incidenza percentuale dei costi operativi sui ricavi di vendita. Il valore percentuale che si ottiene dalla formula indicata qui sopra equivale a quanto l'azienda realizza ogni 100 euro di vendite effettuate. Il Ros, strettamente collegato al ciclo produttivo e commerciale dell'azienda, dovrebbe essere monitorato almeno una volta ogni trimestre.

Roa (return on asset): l'utile netto sull'attivo medio

$$ROA = \frac{\text{Utile netto}}{\text{Totale attivo medio}} \times 100$$

Il Roa serve per valutare se mantenere l'investimento in farmacia è sufficientemente remunerativo rispetto ad altre scelte. Più l'indice Roa è alto e meglio è per l'azienda. Per essere soddisfacente, il valore ottenuto deve essere almeno superiore al tasso di interesse pagato sul capitale di debito: se il Roa è maggiore dell'interesse pagato alla banca la gestione sta generando valore, se è inferiore la gestione sta distruggendo valore. Il Roa è un indice di bilancio utilizzato per fare confronti nel tempo, con valori registrati in annualità differenti.

È poi importante osservare le variazioni di questi indici nel tempo, monitorando lo stesso indicatore su bilan-

ci di almeno tre annualità, in modo da poter studiare l'andamento da un periodo all'altro e risalire ai fattori che

una gestione corretta all'azienda farmacia

Roe (return on equity): il rapporto tra l'utile e il patrimonio netto

$$ROE = \frac{\text{Utile}}{\text{Patrimonio netto}} \times 100$$

Il Roe è un numero tendenzialmente basso, perché il farmacista preleva l'utile della farmacia per vivere. Questo indice serve per rispondere alla domanda: è più conveniente investire nell'azienda oppure in qualche titolo privo di rischio? Se il Roe è maggiore della redditività dei titoli di stato l'azienda possiede un buon ritorno di capitale, dunque è conveniente investirvi. Se invece è inferiore alla redditività dei titoli di stato l'impresa non è abbastanza profittevole, e se è inferiore a 0 è un segnale di allarme: l'azienda sta erodendo il suo patrimonio. La percentuale che si ottiene dalla formula significa quanto rende il capitale ogni 100 euro investiti.

Roi (return on investment): il rendimento del capitale investito

$$ROI = \frac{\text{Ricavi di vendita}}{\text{Capitale investito nella gestione operativa}} \times 100$$

Il Roi è un indice di redditività importante, perché analizza quanto gli investimenti effettuati siano in grado di generare reddito. Segnala la capacità dell'azienda di impiegare efficientemente il capitale investito per ottenere un determinato volume di ricavi. La percentuale che si ottiene dalla formula indica il rendimento per ogni 100 euro investiti.

hanno determinato le eventuali variazioni. Interessante il confronto di questi in-

dici che è stato effettuato nel periodo prima e dopo l'epidemia da Covid, utile per capire se e quanto i bilanci del-

le farmacie abbiano risentito di questo triennio particolare.

I commercialisti incaricati dall'Utifar hanno analizzato i bilanci di 1500 farmacie, prelevandoli dalla banca dati delle aziende italiane Aida, e hanno visto dall'esame di questi quattro indicatori che, partendo dal 2018-2019, in epoca pre-Covid, al 2021, il Ros, cioè la redditività delle vendite, mostra in assoluto un andamento inferiore nel periodo pre-Covid rispetto a quanto registrato in quello post-Covid. Da questo confronto si evidenzia dunque come la farmacia sia uscita con un grande slancio dal periodo di emergenza sanitaria (tabella 1).

Pure il Roa, che misura l'utile netto sull'attivo medio, è migliorato (tabella 2), e ha mostrato un buon valore in crescita anche il Roe, che quantifica l'utile rispetto al patrimonio netto dell'azienda (tabella 3).

Da questo confronto temporale esce bene anche il Roi, l'indice di rotazione del capitale investito, che è risultato stabile rispetto al periodo precedente la pandemia (tabella 4).

Gli analisti hanno dunque potuto concludere che il Covid non ha portato sostanziali differenze nell'andamento economico delle farmacie italiane, e anzi, nella maggior parte dei casi in cui si sono rilevati scostamenti, è stato visto che tutti questi indici sono significativamente migliorati.

Dal punto di vista del bilancio, la farmacia è uscita quindi dal periodo del Covid con un deciso slancio, e anche i dati di bilancio del 2022 sono risul-

Prima e dopo il Covid: Ros in aumento...

	2018	2019	2020	2021
Valore minimo	6,18	6,89	6,92	8,19
Valore medio	6,92	7,52	7,53	8,80
Valore massimo	7,66	8,14	8,14	9,42

Tabella 1

... e anche il Roa in netta crescita

	2018	2019	2020	2021
Valore minimo	8,55	12,23	11,93	13,70
Valore medio	9,69	13,46	13,14	14,96
Valore massimo	10,84	14,68	14,35	16,22

Tabella 2

tati essere sulla stessa lunghezza d'onda di quelli del 2021.

È importante ora che la farmacia possa conservare anche per gli anni a venire la spinta economica che ha saputo realizzare nel periodo post-Covid, esaltando le competenze che sono venute fuori durante la pandemia e mettendone sul campo anche altre, connesse con il nuovo ruolo professionale acquisito dai farmacisti con la farmacia dei servizi. Per realizzare in pratica questa nuova professionalità, allargando il ventaglio di proposte, spesso si rende necessario sostenere alcuni investimenti, per esempio per recuperare spazi già esistenti in far-

macia, per crearne di nuovi in locali esterni o per acquistare macchinari per l'erogazione dei nuovi servizi.

Dai conti fatti da Giovanni Trombetta, uno dei commercialisti interpellati dall'Utifar, per un investimento di 40 mila euro, 20 mila per recuperare uno spazio nella farmacia e altrettanti per l'acquisto dei macchinari, occorre considerare che se si accende un mutuo si avrà un carico dovuto agli interessi passivi di circa 2.400 euro, e poi bisogna valutare se è necessario sostenere altre spese, quali per esempio l'allaccio di nuove utenze.

Alla fine dei conti è risultato che, con un investimento di questa entità, per

mantenere in equilibrio il bilancio della farmacia bisogna produrre circa 9.000 euro annui di nuovi ricavi, "che non è certamente una cifra irraggiungibile", ha concluso Trombetta, "e anche nel caso di dover affrontare una locazione per allargare gli spazi della farmacia i costi sono assolutamente sostenibili".

Controllare gli investimenti

Prima di intraprendere qualsiasi spesa importante, però, occorre una valutazione di pianificazione finanziaria, che valuti le prospettive di crescita della farmacia, con una programmazione delle entrate future con le quali coprire l'investimento e trarre un utile.

"Per fare in realtà una valutazione di pianificazione finanziaria", ha spiegato il commercialista Marcello Tarabusi, "occorre considerare tre parametri: la capacità di generare flussi di cassa, cioè di produrre quelle entrate che consentono di coprire l'investimento fatto, l'ammontare delle risorse proprie che si possono destinare all'operazione, e poi si deve calcolare quale è il livello di indebitamento che la farmacia è in grado di gestire, cercando di prevedere quali saranno gli utili futuri, tenendo conto dell'evoluzione dei ricavi in base per esempio alla previsione dell'andamento dei rimborsi della mutua o delle prestazioni connesse ai servizi".

Secondo Tarabusi, la prima cosa da fare per sapere se si può rimborsare il debito è calcolare una stima dei flussi di cassa: "Sulla base dei flussi di



Colesterolo e trigliceridi alti?

INTEGRATORE ALIMENTARE

a base di **Monacolina K**
da riso rosso fermentato,
con **Cassia nomame** per
il metabolismo dei trigliceridi
e del colesterolo.

SENZA
GLUTINE

SENZA
LATTOSIO



BreviLipid

P L U S 

- ✔ Contribuisce al metabolismo dei **trigliceridi** e del **colesterolo** e aiuta a mantenere l'equilibrio del peso corporeo (CASSIA NOMAME)
- ✔ Regola la funzionalità dell'**apparato cardiovascolare** e contribuisce alla **funzionalità epatica** (BERBERINA)
- ✔ Contribuisce al normale metabolismo dell'**omocisteina** e alla normale funzionalità del **sistema immunitario** (ACIDO FOLICO)



LA NOSTRA COMPETENZA PER LA TUA SALUTE.

Garantiamo prodotti di alta qualità e la salute delle persone è la nostra motivazione.

Krka è una delle principali aziende produttrici di farmaci equivalenti al mondo.

Con i nostri prodotti trattiamo più di 50 milioni di pazienti ogni giorno in oltre 70 mercati.

Investiamo ogni anno il 10% del nostro fatturato in ricerca e sviluppo.



www.krka.it

 **KRKA**

Living a healthy life.

cassa si può infatti costruire una credibile evoluzione della struttura finanziaria, grazie alla quale si è in grado di determinare quale è il debito sostenibile per quell'investimento".

Nella previsione dell'andamento del fatturato si deve poi tenere conto del costo del venduto, dei costi operativi e del margine operativo lordo, che è una misura sintetica della cassa che la farmacia genera, un valore che in parte servirà per rimborsare la rata capitale del mutuo, in parte per pagare gli interessi passivi, in parte per pagare le tasse: quello che rimane remunererà il capitale investito.

La capacità di fare cassa, però, ha ricordato Tarabusi, "dipende non solo dal fatturato ma anche da come è stata impostata la gestione", e sulla base dei flussi di cassa si può calcolare l'evoluzione dell'investimento e vedere se ci sono scostamenti da quanto preventivato: "Se si riscontra una diminuzione dei flussi di cassa occorre capire che cosa è successo", ha puntualizzato Marcello Tarabusi, "se la farmacia perde marginalità nel tempo potrebbe esserci stato un aumento del costo del venduto: in questo caso il fatturato si riesce comunque a realizzarlo ma la farmacia si è approvvigionata con costi maggiori e non si è stati in grado di trasferire questo aumento sui prezzi al pubblico".

Un altro possibile motivo individuato da Tarabusi è che si è avuta una perdita di ricavi, dovuta a un'eccessiva politica di sconti o a una mancanza di aggiornamento dei prezzi.

Roe salito di quasi tre punti percentuali...

	2018	2019	2020	2021
Valore minimo	22,74	27,07	24,80	26,40
Valore medio	25,89	30,05	27,29	28,86
Valore massimo	29,04	33,03	29,79	31,32

Tabella 3

... e per il Roi un incremento più moderato

	2018	2019	2020	2021
Valore minimo	1,21	1,64	1,61	1,55
Valore medio	1,31	1,72	1,69	1,62
Valore massimo	1,40	1,80	1,77	1,70

Tabella 4

Il consiglio dato dai commercialisti interpellati da Utifar per tenere sotto controllo l'azienda è quello di effettuare periodicamente un'analisi per vedere se ci sono stati scostamenti, dovuti a errori sui prezzi, sui volumi o su altri fattori, e capire come si è modificato lo scenario in maniera da accorgersi subito se c'è qualche problema e prendere quanto prima provvedimenti per ripristinare le condizioni di equilibrio: "L'abitudine di pianificare e programmare l'attività è un'azione che si rivela molto utile se l'azienda va bene, necessaria quando si fanno nuovi investimenti e indispensabile quando si rileva qualche problema, per una per-

dita o di fatturato o di margine", ha ricordato Marcello Tarabusi.

Si deve quindi operare un monitoraggio regolare degli indicatori chiave di redditività, alcuni a cadenza settimanale, altri mensile o annuale: "Un aiuto lo forniscono i gestionali delle farmacie che sono molto evoluti", ha raccomandato Tarabusi, "bisogna imparare a utilizzarli in maniera efficace, anche per un uso quotidiano dei controlli sui parametri di gestione". "A livello infraannuale si deve poi valutare l'andamento economico della farmacia", ha concluso, "pianificando un controllo dell'andamento dei flussi di cassa ogni tre mesi". ■

Ciò che sospinge in avanti la società umana: indagine su merito e metodo meritocratico

Francesco Fabris
Consulente di marketing

Parliamo del merito e della meritocrazia, sistema che, con qualche eccezione, governa il cammino della società umana. Cominciamo con le indicazioni di due studiosi che hanno voluto definire e quantificare il concetto. Secondo il sociologo Michael Young, il merito è la somma dell'intelligenza più l'energia, e cioè

$$m = IQ + E$$

Secondo il saggista (e magistrato) Lorenzo Leva, è una funzione dell'intelligenza, della cultura e dell'esperienza, cui va sommata l'energia, in formula

$$m = f(IQ, Cult, Exp) + E$$

Ricordiamo che IQ, la variabile che compare in entrambe le formule, è la sigla che definisce il quoziente d'intelligenza (*Intelligence Quotients*).

A nostro parere, se si è alla ricerca di una definizione o addirittura di una formula per definire il merito, sicuramente vanno considerate intelligenza (ricordando che ce n'è più di un tipo), cultura, esperienza ed energia, però ci sembra pertinente prendere in considerazione anche buon senso, capacità, competenza, creatività, continuità, impegno. Risulta una questione di qualità, ma anche di quantità. Importante è anche il contesto: un conto è

Senza negare la dignità di alcuno, mirando alle pari opportunità per tutti e ricordando il dovere della comunità di farsi carico dei più deboli, un uso appropriato del merito, che assegni le posizioni chiave a chi eccelle, regala più anni di vita e più salute, mette più beni a disposizione della gente, porta più felicità alla maggioranza delle persone.

il merito per uno studente da ammettere in una università prestigiosa a numero chiuso, e in questo caso si tratta di misurare la potenzialità, diversa è la situazione se si vuole valutare il merito di un professionista, un manager, uno sportivo, una persona pienamente inserita nel mondo lavorativo e sociale, di cui si devono misurare soprattutto le prestazioni, l'efficacia, la capacità di raggiungere obiettivi. E naturalmente ogni persona si situa a livelli diversi di merito secondo l'ambito che si esamina. Per esempio un individuo potrebbe essere un grande giocatore di bridge, soltanto bravino nel gioco degli scacchi, mediocre nel golf, una schiappa in relazioni umane.

Che cos'è il merito

Con buona pace di chi contesta il merito e la sua conseguenza, che è la meritocrazia, noi pensiamo che essa

sia né più né meno ciò che spinge avanti il mondo, che tenta (e a volte ci riesce) di migliorarlo, che permette il progresso: un uso appropriato del merito, che assegni le posizioni chiave a chi eccelle, regala più anni di vita e più salute alla popolazione, mette più beni a disposizione della gente, porta più felicità per la maggioranza delle persone. Non ci sembrano proponibili formule sociali ed economiche che non contemplino il merito, perché ci pare sensato affidare le maggiori responsabilità a coloro che, appunto, lo meritano. Qualcuno ha dei dubbi? Per un malinteso senso di giustizia e di equità c'è chi azzarda paradigmi dove "uno vale uno", dove "si deve distribuire la ricchezza in funzione del bisogno", dove "siamo tutti uguali". Senza negare la dignità di alcuno, mirando alle pari opportunità per tutti e ricordando il dovere della comunità di farsi carico dei

più deboli, se avete qualche remora sulla validità del metodo meritocratico, provate a fare un piccolo test, rispondendo a queste domande.

- Preferireste, nel malaugurato caso in cui un vostro congiunto necessitasse di un intervento, che fosse operato dal miglior chirurgo dell'ospedale o vi piacerebbe dare un'opportunità anche a uno meno esperto e meno quotato?
- È meglio che il pilota dell'aereo sul quale dovrete volare sia riconosciuto come molto capace o preferireste affidarvi a uno mediocre, incerto nel prendere decisioni?
- Vorreste che la vostra squadra del cuore ingaggiasse il miglior centravanti

disponibile o pensate che non si debba mortificare un altro attaccante, che però è un po' lento e fa fatica a vedere la porta?

Merito e grazia divina

Oggi la questione non è più molto di moda, ma nel Medioevo e nel primo periodo che lo seguì si dibatteva sul ruolo che aveva nelle vicende umane la grazia divina e l'attività delle persone, relativamente indipendente grazie al libero arbitrio, per avere successo sia in questo mondo, sia nell'altro. Una sorta di compromesso fu trovato dai calvinisti: è Dio Onnipotente che premia secondo i suoi schemi imperscrutabili, ma il successo terreno è una

sorta di cartina di tornasole che permette di intuire se si è o no nella lista giusta. E allora, darsi da fare per avere successo era cosa buona per tutti, in quanto chi ci riusciva era tra gli unti del Signore. Così si distribuivano patenti di merito riconosciute da tutti, e secondo i più anche dal Creatore.

Critiche al merito

Valorizzare il merito è una cosa così importante, però, che bisogna ascoltare le critiche che gli vengono rivolte. Non condividiamo le idee di chi lo rifiuta come strumento universale per vivere meglio, ma pensiamo sia molto utile riflettere su come viene misurato e sulle conseguenze.



Merito e regole: il Real Madrid in Champions

Una nota per i calciofili. Il calcio cambia talvolta le sue regole. La vittoria valeva un tempo due punti e ora ne vale tre, per dirne una. Ricordiamo un caso relativo al club più blasonato del mondo, il Real Madrid. Tra i tanti exploit della squadra (68 trofei vinti in patria, tra cui 35 campionati, e 30 coppe internazionali), c'è la conquista delle prime cinque edizioni della Coppa dei Campioni (oggi UEFA Champions League), che mette in palio la cosiddetta 'coppa dalle grandi orecchie'. Forse non tutti sanno, però, che ciò che è stato possibile allora (dal 1956 al 1961) forse non sarebbe avvenuto negli anni successivi, nei quali entrò in vigore la regola dei "gol in trasferta che valgono il doppio, in caso di parità nei confronti di andata e ritorno". Ebbene, nel vittorioso quinquennio europeo delle merengues, per due volte su cinque i madrileni si qualificarono dopo partite di spareggio, laddove la citata regola li avrebbe eliminati dal torneo. Nella seconda edizione i risultati di Real Madrid-Rapid Vienna furono 4-2, 1-3 e 2-0 nello spareggio, che si giocò a Madrid. Nella quarta edizione ci fu un derby con l'Atlético, con questi risultati: Real Madrid- Atlético Madrid 2-1, 0-1 e 2-1 nella bella. Qualcuno può dire che la squadra, con un altro regolamento, avrebbe potuto impostare diversamente le partite, ma forse con la legge degli away goals sarebbe un po' cambiata la storia del Real e del calcio europeo. Quando i criteri per fare le classifiche influenzano il risultato.



- i vantaggi di chi nasce in famiglie ricche (e viceversa, gli handicap dei poveri);
- i vantaggi di chi nasce in ambienti colti;
- le truffe per scalare le classifiche del merito.

Criteri per le classifiche dei meritevoli

I criteri utilizzati per la compilazione determinano la classifica e possono favorire qualcuno, in quanto sono frutto di una convenzione. Facciamo un

esempio. Una graduatoria per l'ammissione a un'università può basarsi su un mix di fattori, come:

- i risultati di un apposito esame d'ammissione;
- il curriculum scolastico;
- eventuali altri elementi (frequenza di corsi, conoscenza di lingue, stage all'estero...)

Considerando per semplicità solo le

Toccheremo alcuni problemi, e precisamente:

- i criteri per compilare le classifiche dei meritevoli;
- il fatto che il merito divide le perso-

ne in vincenti e perdenti;

- l'opportunità, al di là del merito, di fissare quote (rosa, etniche, di orientamento sessuale, eccetera) per ovviare a situazioni sbilanciate;

prime due voci, osserviamo che esse possono essere ponderate in modo diverso (per esempio: 50% risultati esame, 50% curriculum, ma si può anche pensare a valori diversi, come 70%-30% o 30%-70%, o qualsiasi altra suddivisione). Dare un valore alto al curriculum scolastico premia senz'altro la continuità nello studio e nel rendimento, ma può avvantaggiare anche chi ha frequentato scuole generose (ce ne sono). Un buon risultato al test di ammissione è una cosa eccellente, ma dargli un valore sovrano potrebbe punire eccessivamente chi incappò in una giornata storta. Nessuno ci dirà qual è la ponderazione migliore, e quindi la classifica sarà in una certa parte dovuta a chi ne ha deciso i criteri. Nemmeno l'onestà di chi stabilisce le regole è assoluta garanzia di imparzialità, perché si sbaglia anche in buona fede e anche le persone corrette e senza conflitti di interesse sono comunque influenzate dalla propria educazione e dai propri valori di riferimento che potrebbero in alcuni casi penalizzare qualche meritevole.

Vincitori e perdenti

Un sottoprodotto negativo della meritocrazia è, secondo alcuni, la divisione della gente in vincenti e perdenti. In un periodo in cui per molti 'inclusività' è la parola magica, creare perdenti sembra un peccato mortale. Noi non ne siamo così convinti. Indubbiamente si tratta di rispettare tutti e di lasciare un certo spazio a ciascuno.

Certamente, però, i meritevoli, persone dotate di tanta intelligenza e buon senso, dovrebbero pensare, per i problemi che affrontano, soluzioni che tengano in debita considerazione anche chi è meno dotato di loro. Pensiamo altresì che per la meritocrazia si pos-

nosciuto di governo e di gestione della vita di coppia.

Secondo Michael J. Sandel, filosofo statunitense che insegna a Harvard, nel suo libro *La tirannia del merito - perché viviamo in una società di vincitori e di perdenti*, però, recentemente



Michael J. Sandel



sa dire quello che si dice per la democrazia e per il matrimonio: istituzioni piene di difetti, ciononostante meno peggio di qualunque altro sistema co-

i meritocrati avrebbero accumulato colpe piuttosto rilevanti. Intendiamoci, lo studioso non si sogna di mettere in discussione la meritocrazia. Ma sottolinea come recentemente tale metodo abbia premiato chi sosteneva e guidava le scelte di tipo tecnologico e la corsa alla globalizzazione. Scelte giuste, probabilmente, ma gestite lasciando indietro una quota troppo larga di persone. Da ciò è scaturita la reazione di chi veniva penalizzato e anche umiliato (perché alla base si pensa tuttora, come ai tempi di Calvino, che si perde almeno in parte per colpa propria, perché si è inferiori ai vincenti), che ha portato a una radicalizzazione dello scontro politico tra, semplifichiamo al massimo, sinistra (main-

stream) e destra (controcorrente), fomentando nazionalismi e arrivando a fenomeni impensabili (per la cultura prevalente) come la Brexit e l'elezione di Donald Trump. Fatti che l'Autore non sembra gradire, ma che ritiene aiutati da politiche poco preveggenti, che ha creato perdenti ed emarginati.

Le quote

Senza dubbio censo, cultura, nascita sono elementi che influenzano le carriere. Per ovviare a tali sperequazioni, si usa spesso il criterio delle quote. In Italia si è parlato soprattutto delle quote rosa, che significa assicurare alle donne almeno un numero minimo di posti (sulla scheda elettorale, nei parlamenti, nel governo, nei consigli di amministrazione). Il nostro pensiero è che un tale intervento dovrebbe avere durata limitata ed essere affiancato da un piano che permetta ai discriminati di eliminare o perlomeno ridurre i loro handicap. Ci sembra assurdo, per esempio, quello che è stato fatto in un istituto americano, che eliminò le prove di matematica perché costituivano una prova ostica per un certo gruppo etnico.

I vantaggi di chi nasce in ambienti colti

Per quanto riguarda i test di cultura generale, è molto difficile che essi misurino in modo stretto e inequivocabile intelligenza e capacità. Un ambiente colto, infatti, può premiare chi vi appartiene, grazie a una cultura di base più vasta e a una migliore cono-

scenza di ogni sfumatura della lingua. È chiaro che è molto difficile definire quali sono gli 'ambienti colti', anche perché, per esempio, la provenienza da un ambiente colto europeo potrebbe essere poco influente in un *milieu* americano e viceversa.

I vantaggi di chi nasce in famiglie ricche

È consuetudine negli USA che con un'importante elargizione a un ateneo di prestigio si possa ottenere un'ammissione per i figli, indipendentemente dal merito. Di ciò parla il già citato Michael J. Sandel. Non è elegante acquistare l'ammissione per il figlio, però è legale e porta anche vantaggi agli altri studenti (quelli ammessi per merito). Le donazioni, infatti, sono una forma importante di finanziamento dell'università e vengono investite nella gestione dell'ateneo, che le userà per assumere docenti di alto livello e per migliorare le proprie strutture. Anche al di là della pratica americana di consentire alle famiglie facoltose di comprarsi ambite ammissioni, dappertutto far parte di famiglie ricche e influenti può aiutare i rampolli a farsi largo, perché possono permettersi senza limite ripetizioni, acquisto di materiale scolastico, corsi supplementari a pagamento, eccetera.

Le truffe per scalare le classifiche di merito

Sappiamo che in tutto il mondo una laurea conseguita in un'università di

prestigio garantisce posizioni lavorative e conseguenti retribuzioni di alto livello. Ciò vale particolarmente negli USA, dove capita che i funzionari incaricati di stilare le classifiche per l'ammissione vengano corrotti. Di un caso eclatante avvenuto recentemente negli USA parla Michael J. Sandel nel libro al quale abbiamo accennato. È indubbiamente scandaloso che studenti immeritevoli possano accaparrarsi opportunità importanti soltanto perché genitori danarosi hanno corrotto chi doveva giudicare il valore dei ragazzi, però non si tratta di una pecca della meritocrazia, bensì di casi da codice civile o penale.

Oltre alla truffa citata da Sandel, ovviamente, ci sono continuamente altri imbrogli del genere: ai valutatori corrottabili si aggiungono gli studenti che copiano e coloro che partecipano a concorsi non attenendosi alle regole. Comportamenti da perseguire, che però non inficiano il metodo meritocratico.

Teniamoci la meritocrazia...

Con le sue imperfezioni, teniamoci la meritocrazia, soprattutto per il fatto che dà indubbi vantaggi ai primi della classifica, ma ne concede anche agli altri. Basta non farne un feticcio, del merito, rispettando la dignità di chi sta fuori dal podio dei migliori. E ricordiamo che, per i credenti, ci sono anche i discorsi delle beatitudini, nei Vangeli di Luca e Matteo, che promettono che nell'altro mondo ci sarà una profonda revisione delle classifiche. ■

alvita®

Nuova linea **BABY**

Coccole e morbidezza
per la pelle del tuo bimbo



Dermafresh Ad Hoc Pelli Sensibili: si attiva in base al sudore

Deodorazione e pelli sensibili e reattive: come rispettare l'ecosistema cutaneo e soddisfare la richiesta di una deodorazione efficace e sicura? La pelle sensibile è una condizione sempre più diffusa, in cui la cute reagisce negativamente ad agenti esterni. Può essere una condizione presente fin dall'infanzia o che si manifesta con l'avanzare dell'età. Occorre fare i conti con una cute particolarmente esigente, specie quando la barriera cutanea è compromessa e più esposta a irritazioni e rossori. Diventa perciò indispensabile selezionare il tipo di deodorante più adatto a tale condizione. Generalmente senza alcol o profumi



che acquisiscono le infiammazioni, ma che consenta una corretta funzione traspirante della pelle. Come *Dermafresh Ad Hoc Pelli Sensibili*.

Dermafresh Ad Hoc Pelli Sensibili si avvale di un innovativo meccanismo che si adatta alle diverse esigenze di deodorazione, in base al livello di sudorazione individuale. La sua formula, senza Sali di Alluminio, si attiva in base alla sudorazione e dona un'efficacia deodorante adeguata alla situazione, aiutando a neutralizzare il cattivo odore.

In sintesi, *Dermafresh Ad Hoc Pelli Sensibili*:

- modula la sua efficacia deodorante in base alla produzione di sudore;
- mantiene la normale traspirazione della pelle e il suo equilibrio fisiologico;
- dona freschezza a lungo;
- aiuta a sentirsi a proprio agio in qualunque situazione;
- è senza alcol;
- è senza profumo;
- è senza propellenti;
- è dermatologicamente testato su pelli sensibili. ■

Estromineral Serena, sonno e serenità in menopausa

Come tutte le donne sanno, la menopausa è caratterizzata da tutta una serie di cambiamenti. Questi possono portare ad alcuni disagi, come per e-



sempio vampate di calore, sudorazione, stanchezza cronica, ansia ed irritabilità. Anche la qualità del sonno può subire dei cambiamenti dopo la menopausa, a causa in particolare della diminuita produzione degli ormoni estrogeni. Può infatti capitare di soffrire di insonnia, risvegli frequenti per via di sudorazioni e difficoltà a riprendere sonno. In questi casi oltre a curare l'alimentazione e praticare regolare attività fisica, può essere utile ricorrere al supporto di un integratore che aiuti a vivere serenamente questo periodo della vita. *Estromineral Serena*, a base di isoflavoni di soia, fermenti lattici, estratto di magnolia, calcio, magnesio e vitamina D3, è un integratore alimentare pensato appositamente per l'integrazione durante la menopausa. L'estratto secco di soia, titolato in Isoflavoni, aiuta a contrastare i disturbi della menopausa. calcio, magnesio e vitamina D3 contribuiscono al buon mantenimento delle ossa.

Modalità d'uso: una compressa al giorno, lontano dai pasti. Confezioni da 20 cpr (prezzo consigliato 22,80 €) e da 40 cpr (prezzo consigliato 37,30€). ■

Fortilase Cell, un aiuto mirato contro la cellulite

La cellulite rappresenta al giorno d'oggi un disturbo cutaneo tra i più comuni e diffusi, sostenuto da 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 ed uno stile di vita attivo contribuiscono in maniera significativa a contrastarlo.

Non sempre, tuttavia, intervenire su questi fattori risulta sufficiente per risolvere questo disturbo. Ecco allora che in alcuni casi può essere utile intervenire con soluzioni mirate, tendenti a riequilibrare il normale funzionamento del microcircolo capillare e il regolare riassorbimento dei liquidi in eccesso.



Fortilase Cell è un integratore alimentare studiato appositamente per ridurre il fastidioso inestetismo della pelle qual è la cellulite. I suoi componenti svolgono una funzione drenante e favoriscono la funzionalità del microcircolo.

Favoriscono inoltre la funzionalità delle vie urinarie e il trofismo del tessuto connettivo, aiutando a ridurre l'effetto della pelle 'a buccia d'arancia'.

Fortilase Cell in compresse è a base di bromelina, estratto di caffè verde, meliloto, ippocastano ed equiseto.

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

- la *bromelina* è un 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 permette di ridurre la caffeina a valori inferiori al 2%;

- il *meliloto* aiuta nel mantenimento delle fisiologiche caratteristiche di permeabilità dei capillari e favorisce il drenaggio linfatico;

- l'estratto di *ippocastano* è utile a 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.

Modalità d'uso: una compressa al dì.
Confezione: 30 cpr, prezzo consigliato al pubblico: 30,90€.

Verum Delilax. delicato ed efficace sull'intestino

La vita di tutti i giorni, con i ritmi frenetici e un'alimentazione caratterizzata da pasti veloci, poco bilanciati a livello nutrizionale e spesso consumati in fretta può con il tempo influenzare l'equilibrio naturale del nostro intestino. Questo comporta l'insorgere di disturbi come stipsi e gonfiore addominale, che oltre ad essere fastidiosi possono compromettere le nostre giornate. In questi casi può essere utile rivolgersi a un prodotto pensato appositamente per favorire il transito intestinale, a base di ingredienti naturali e che sia allo stesso tempo delicato ma efficace.

Verum Delilax, grazie alla formulazione sinergica ad ampio spettro che associa la fibra liquida da Amido di Mais con l'esclusiva Manna Naturale liofilizzata, l'estratto liofilizzato di Tamarindo e il succo concentrato di Prugna, offre un'azione delicata sul fisiologico transito intestinale.

In formato sciroppo, Verum Delilax ha un gusto gradevole e delicato. In più, la sua formulazione, senza antrachinoni, lo rende il lassativo ideale anche per le donne in gravidanza.



“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 

2023
LISTINO

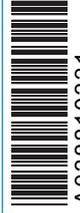


Listino Prodotti

SETTORE MERCEOLOGICO A

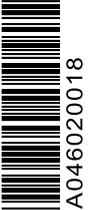
PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
----------	-----	-------------------------------------------	------------	------------------	--------	---------------

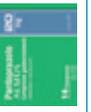
	 A033868011	ACICLOVIR ALMUS ZOVIRAX	800mg compresse 35 compresse	50	A nota 84	€ 25,04
	 A033868023	ACICLOVIR ALMUS ZOVIRAX	400mg/5ml sosp. orale 100ml flacone	45	A nota 84	€ 13,90
	 A037499011	ALENDRONATO ALMUS FOSAMAX	70mg. compresse rivestite con film 4 compresse	240	A nota 79	€ 13,48
	 A039389186	AMLODIPINA ALMUS NORVASC	5mg compresse 28 compresse	240	A	€ 3,74
	 A039389212	AMLODIPINA ALMUS NORVASC	10mg compresse 14 compresse	240	A	€ 3,26
	 A039389263	AMLODIPINA ALMUS NORVASC	10mg compresse 30 compresse	-	A	€ 5,73
	 A033676014	AMOXICILLINA ALMUS AMOX	1g compresse 12 compresse	150	A	€ 3,27
	 A037286010	AMOXICILLINA E ACIDO CLAVULANICO ALMUS AUGMENTIN	875mg + 125mg polvere per sosp. orale 12 bustine	50	A	€ 7,90
	 A046285019	AMOXICILLINA E ACIDO CLAVULANICO ALMUS PHARMA AUGMENTIN	875mg + 125mg compr. rivestite con film - 12 compresse	240	A	€ 7,90
	 A036542013	ATENOLOLO ALMUS TENORMIN	100mg compresse 42 compresse divisibili	168	A	€ 5,53
	 A045614029	ATORVASTATINA ALMUS PHARMA TORVAST	10mg compresse rivestite con film 30 compresse	216	A nota 13	€ 4,35
	 A045614056	ATORVASTATINA ALMUS PHARMA TORVAST	20mg compresse rivestite con film 30 compresse	216	A nota 13	€ 7,96
	 A045614082	ATORVASTATINA ALMUS PHARMA TORVAST	40mg compresse rivestite con film 30 compresse	216	A nota 13	€ 9,56

	 A045614118	ATORVASTATINA ALMUS PHARMA TORVAST	80mg compresse rivestite con film 30 compresse	126	A nota 13	€ 13,00
	 A039257011	AZITROMICINA ALMUS ZITROMAX	500mg compresse rivestite con film 3 compresse	176	A	€ 6,32
	 A038810141	BISOPROLOLO ALMUS CONGESCOR	2,5mg compresse rivestite con film 28 compresse	304	A	€ 2,59
	 A038810331	BISOPROLOLO ALMUS CONGESCOR	5mg compresse rivestite con film 28 compresse	304	A	€ 4,48
	 A038810533	BISOPROLOLO ALMUS CONGESCOR	10mg compresse rivestite con film 28 compresse	304	A	€ 4,91
	 A034929012	CALCIO CARBONATO E VITAMINA D3 ALMUS CALCIT VIT D3	1000mg + 880U.I. granulato effervescente 30 bustine	45	A nota 96	€ 4,23
	 A036471011	CARVEDILOLO ALMUS DILATREND	6,25mg compresse 28 compresse	220	A	€ 3,62
	 A036471023	CARVEDILOLO ALMUS DILATREND	25mg compresse 30 compresse	220	A	€ 6,06
	 A036579035	CEFTAZIDIMA ALMUS GLAZIDIM	1g/3ml 1 fl polv. + 1 f solv uso intramuscolare	240	A nota 55	€ 4,63
	 A036065035	CEFTRIAXONE ALMUS ROCEFEN	1g/3,5ml 1 fl polv. + 1 f solv uso intramuscolare	240	A	€ 4,96
	 A037904012	CIPROFLOXACINA ALMUS CIPROXIN	250mg compresse rivestite con film 10 compresse	96	A	€ 3,52
	 A037904024	CIPROFLOXACINA ALMUS CIPROXIN	500mg compresse rivestite con film 6 compresse	96	A	€ 6,13
	 A037904036	CIPROFLOXACINA ALMUS CIPROXIN	750mg compresse rivestite con film 12 compresse	72	A	€ 16,63
	 A036971012	CITALOPRAM ALMUS PHARMA ELOPRAM	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	CITALOPRAM ALMUS ELOPRAM	20mg compresse rivestite con film 28 compresse	100	A	€ 6,29
	A039688039	CLARITROMICINA ALMUS KLACID	500mg compresse rivestite con film 14 compresse	240	A	€ 8,01
	A044616011	CLOPIDOGREL ALMUS PHARMA PLAVIX	75mg compresse rivestite con film 28 compresse	360	A	€ 12,35
	A035242015	DICLOFENAC ALMUS VOLTAREN	75mg/3ml sol. iniett. uso intramuscolare 5 fiale da 3ml	144	A	€ 2,16
	A038768038	DONEPEZIL ALMUS ARICEPT	5mg compresse rivestite con film 28 compresse	168	A nota 85	€ 13,00
	A038768091	DONEPEZIL ALMUS ARICEPT	10mg compresse rivestite con film 28 compresse	120	A nota 85	€ 18,00
	A037650013	DOXAZOSINA ALMUS CARDURA	2mg compresse 30 compresse divisibili	208	A	€ 7,43
	A037650025	DOXAZOSINA ALMUS CARDURA	4mg compresse 20 compresse divisibili	208	A	€ 6,48
	A037650037	DOXAZOSINA ALMUS CARDURA	4mg compresse 30 compresse divisibili	112	A	€ 8,26
	A036595027	ENALAPRIL ALMUS ENAPREN	20mg compresse 14 compresse divisibili	100	A	€ 2,94
	A036595039	ENALAPRIL ALMUS ENAPREN	20mg compresse 28 compresse divisibili	100	A	€ 4,81
	A036595015	ENALAPRIL ALMUS ENAPREN	5mg compresse 28 compresse divisibili	100	A	€ 3,09
	A037630011	ENALAPRIL E IDROCLOROTIAZIDE ALMUS VASORETIC	20mg+12,5mg compresse 14 compresse	168	A	€ 4,40
	A044705010	ESOMEPRAZOLO 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	ESOMEPRAZOLO ALMUS PHARMA NEXIUM	20mg capsule rigide gastroresistenti 28 capsule	60	A nota 1/48	€ 8,42
	A044705034	ESOMEPRAZOLO ALMUS PHARMA NEXIUM	40mg capsule rigide gastroresistenti 14 capsule	90	A nota 1/48	€ 7,64
	A044705061	ESOMEPRAZOLO ALMUS PHARMA NEXIUM	40mg capsule rigide gastroresistenti 28 capsule	60	A nota 1/48	€ 10,92
	A045909013	EZETIMIBE SIMVASTATINA ALMUS INEGY	10mg+10mg compresse 30 compresse	240	A nota 13	€ 17,10
	A045909025	EZETIMIBE SIMVASTATINA ALMUS INEGY	10mg+20mg compresse 30 compresse	240	A nota 13	€ 17,82
	A045909037	EZETIMIBE SIMVASTATINA ALMUS INEGY	10mg+40mg compresse 30 compresse	240	A nota 13	€ 18,40
	A039680018	FINASTERIDE ALMUS PROSCAR	5mg compresse rivestite con film 15 compresse	300	A	€ 7,88
	A037864016	FLUCONAZOLO ALMUS DIFLUCAN	100mg capsule rigide 10 capsule	168	A	€ 26,63
	A037864028	FLUCONAZOLO ALMUS DIFLUCAN	150mg capsule rigide 2 capsule	168	A	€ 8,28
	A037864030	FLUCONAZOLO ALMUS DIFLUCAN	200mg capsule rigide 7 capsule	168	A	€ 33,52
	A035033024	FLUOXETINA ALMUS PROZAC	20mg capsule rigide 28 capsule	300	A	€ 6,10
	A036009013	GABAPENTIN ALMUS NEURONTIN	100mg capsule rigide 50 capsule	144	A nota 4	€ 6,00
	A036009025	GABAPENTIN ALMUS NEURONTIN	300mg capsule rigide 50 capsule	108	A nota 4	€ 18,00
	A036009037	GABAPENTIN 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	LANSOPRAZOLO ALMUS LANSOX	15mg capsule rigide 14 capsule	96	A nota 1/48	€ 3,86
	 A037265030	LANSOPRAZOLO ALMUS LANSOX	15mg capsule rigide 28 capsule	56	A nota 1/48	€ 6,72
	 A037265028	LANSOPRAZOLO ALMUS LANSOX	30mg capsule rigide 14 capsule	96	A nota 1/48	€ 6,18
	 A037265042	LANSOPRAZOLO ALMUS LANSOX	30mg capsule rigide 28 capsule	56	A nota 1/48	€ 10,75
	 A046020018	LETROZOLO ALMUS FEMARA	2,5mg compresse rivestite con film 30 compresse	400	A	€ 66,06
	 A040529101	LEVETIRACETAM ALMUS KEPPRA	500mg compresse rivestite con film 60 compresse	70	A	€ 37,67
	 A040529265	LEVETIRACETAM ALMUS KEPPRA	1000mg compresse rivestite con film 30 compresse	126	A	€ 36,16
	 A040373021	LEVOFLOXACINA ALMUS LEVOXACIN	250mg compresse rivestite con film 5 compresse	260	A	€ 3,90
	 A040373060	LEVOFLOXACINA ALMUS LEVOXACIN	500mg compresse rivestite con film 5 compresse	260	A	€ 6,25
	 A039380213	LOSARTAN ALMUS LORTAAN	50mg compresse rivestite con film 28 compresse	400	A	€ 8,25
	 A039380290	LOSARTAN ALMUS LORTAAN	100mg compresse rivestite con film 28 compresse	280	A	€ 10,50
	 A039909041	LOSARTAN IDROCLOROTIAZIDE ALMUS HIZAAR	50mg + 12,5 mg compresse rivestite con film - 28 compresse	280	A	€ 6,90
	 A039909128	LOSARTAN IDROCLOROTIAZIDE ALMUS FORZAAR	100mg + 25 mg compresse rivestite con film - 28 compresse	270	A	€ 6,90
	 A039856024	MANIDIPINA 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	METFORMINA ALMUS GLUCOPHAGE	500mg compresse rivestite con film 30 compresse	300	A	€ 1,27
	 A045018177	METFORMINA ALMUS GLUCOPHAGE	500mg compresse rivestite con film 50 compresse	192	A	€ 1,97
	 A045018076	METFORMINA ALMUS GLUCOPHAGE	850mg compresse rivestite con film 40 compresse	120	A	€ 2,53
	 A045018153	METFORMINA ALMUS GLUCOPHAGE	1000mg compresse rivestite con film 60 compresse	120	A	€ 3,64
	 A037988211	MIRTAZAPINA ALMUS REMERNON	30mg compresse orodispersibili 30 compresse	128	A	€ 16,17
	 A034200028	NIMESULIDE ALMUS AULIN	100mg granulato per sosp. orale - 30 bustine	42	A nota 66	€ 2,36
	 A043498017	OMEPRAZOLO ALMUS PHARMA LOSEC	10mg capsule rigide gastroresistenti 14 capsule	100	A nota 1/48	€ 3,09
	 A043498043	OMEPRAZOLO ALMUS PHARMA LOSEC	10mg capsule rigide gastroresistenti 28 capsule	60	A nota 1/48	€ 4,89
	 A043498029	OMEPRAZOLO ALMUS PHARMA LOSEC	20mg capsule rigide gastroresistenti 14 capsule	100	A nota 1/48	€ 5,63
	 A043498056	OMEPRAZOLO ALMUS PHARMA LOSEC	20mg capsule rigide gastroresistenti 28 capsule	60	A nota 1/48	€ 8,45
	 A038730038	PANTOPRAZOLO ALMUS PANTECTA	20mg compresse gastroresistenti 14 compresse	90	A nota 1/48	€ 3,94
	 A038730053	PANTOPRAZOLO ALMUS PANTORC	20mg compresse gastroresistenti 28 compresse	90	A nota 1/48	€ 5,92
	 A038730040	PANTOPRAZOLO ALMUS PANTECTA	40mg compresse gastroresistenti 14 compresse	90	A nota 1/48	€ 7,30
	 A038730065	PANTOPRAZOLO ALMUS PANTORC	40mg compresse gastroresistenti 28 compresse	90	A nota 1/48	€ 10,94

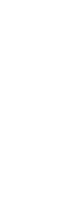
PRODOTTO	AIC	NOME PRODOTTO E SPECIALITÀ DI RIFERIMENTO	CONFEZIONE	UNITÀ DI IMBALLO	CLASSE	PREZZO PUBBL.
	A038932048	PAROXETINA ALMUS SEROXAT	20mg compresse rivestite con film 28 compresse	60	A	€ 6,49
	A038472078	PERINDOPRIL ALMUS COVERSYL	4mg compresse 30 compresse	168	A	€ 7,14
	A040536031	PRAVASTATINA 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 TRIA TEC	2,5mg compresse 28 compresse	160	A	€ 2,74
	A042216200	RAMIPRIL ALMUS TRIA TEC	5mg compresse 14 compresse	320	A	€ 2,17
	A042216224	RAMIPRIL ALMUS TRIA TEC	5mg compresse 28 compresse	160	A	€ 4,00
	A042216402	RAMIPRIL ALMUS TRIA TEC	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	ACETILCISTEINA ALMUS FLUIMUCIL	300mg/3ml sol.iniett. e da nebuliz. e per instillaz. - 5 fiale da 3ml	144	C	€ 5,30
	 A033868035	ACICLOVIR ALMUS ZOVIRAX	5% crema tubo 10g	330	C	€ 9,10
	 A036472037	BROMAZEPAM ALMUS LEXOTAN	2,5mg/ml gocce orali 20ml fiacone	240	C	€ 6,40
	 A036423010	DELORAZEPAM ALMUS EN	1mg/ml gocce orali 20ml fiacone	210	C	€ 7,90
	 A036538015	GENTAMICINA E BETAMETASONE ALMUS GENTALYN BETA	0,1% + 0,1% crema tubo 30g	117	C	€ 11,50
	 A036448013	GENTAMICINA ALMUS GENTALYN	0,1g/100g crema tubo 30g	117	C	€ 11,50
	 A036467013	LORAZEPAM ALMUS TAVOR	1mg compresse rivestite con film 20 compresse	252	C	€ 5,80
	 A036467025	LORAZEPAM ALMUS TAVOR	2,5mg compresse rivestite con film 20 compresse divisibili	252	C	€ 6,50
	 A036842019	LORMETAZEPAM ALMUS MINIAS	2,5mg/ml gocce orali 20ml fiacone	240	C	€ 8,50
	 A048342075	SILDENAFIL ALMUS VIAGRA	100 mg compresse rivestite con film 4 compresse	360	C	€ 44,00
	 A048342036	SILDENAFIL ALMUS VIAGRA	50 mg compresse rivestite con film 4 compresse	360	C	€ 27,00
	 A048342087	SILDENAFIL ALMUS VIAGRA	100 mg compresse rivestite con film 8 compresse	360	C	€ 76,00
	 A048342048	SILDENAFIL ALMUS 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	ACICLOVIR ALMUS PHARMA ZOVIRAX LABIALE	5% crema tubo 3g	330	C OTC	*€ 7,50
	 A035789039	AMBROXOLO ALMUS MUCOSOLVAN	15mg/2ml soluz. da nebulizzare 10 fiale da 2ml	84	C SOP	*€ 7,00
	 A035789015	AMBROXOLO ALMUS MUCOSOLVAN	30mg/10ml sciroppo 200ml fiacone	24	C SOP	*€ 8,20
	 A027857010	CLARILAX STITICHEZZA GLICEROLO	Adulti 6,75 g soluzione rettale 6 microclismi	60	C OTC	*€ 4,40
	 A029113014	LATTULOSIO ALMUS LAEVOLAC	66,7% sciroppo 200ml fiacone	15	C SOP	*€ 7,00
	 A038588012	NIROLEX FEBBRE E DOLORE PARACETAMOLO	500mg compresse 20 compresse	180	C OTC	*€ 4,90
	 A037190016	NIROLEX TOSSE E CATARRO BROMEXINA CLORIDRATO	4mg/5ml sciroppo 250ml fiacone	15	C OTC	*€ 6,90
	 A029741030	NIROLEX TOSSE SECCA DESTROMETORFANO	30mg/10ml sciroppo 150ml fiacone	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	MENTOLO ALMUS	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	ACIDO BORICO ALMUS	3% soluzione cutanea 500ml flacone	12	C SOP	*€ 4,00
	A031314014	ARGENTO PROTEINATO ALMUS	Bambini 0,5% gocce nasali e auricolari, soluz. - 10ml flacone	25	C SOP	*€ 3,10
	A031314026	ARGENTO PROTEINATO ALMUS	Adulti 1% gocce nasali e auricolari, soluz. - 10ml flacone	25	C SOP	*€ 3,30
	A031314038	ARGENTO PROTEINATO ALMUS	Adulti 2% gocce nasali e auricolari, soluz. - 10ml flacone	25	C SOP	*€ 3,50
	A031312010	CANFORA ALMUS	10% soluzione cutanea flacone 100ml soluzione idroalcolica	25	C SOP	*€ 5,10
	A031312022	CANFORA ALMUS	10% soluzione cutanea 100ml flacone soluzione oleosa	25	C SOP	*€ 4,50
	A031330069	CLARILAXINA STITICHEZZA GLICEROLO	Adulti 2250mg supposte 18 supposte	60	C OTC	*€ 4,40
	A031330057	CLARILAXINA STITICHEZZA GLICEROLO	Bambini 1350mg 18 supposte	60	C OTC	*€ 4,40
	A031318013	ICTAMMOLO ALMUS	10% unguento tubo 30g	25	C SOP	*€ 4,10
	A031316019	IODIO ALMUS	7% / 5% soluzione cutanea alcolica 20ml flacone	24	C SOP	*€ 3,80
	A031316021	IODIO ALMUS	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

Per informazioni commerciali
contatta il tuo Responsabile Clienti di Zona

Catalogo prodotti



alvita®

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

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

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

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

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

Abbiamo gli stessi principi.

E mettiamo la tua salute al primo posto.

Sapevi che farmaco equivalente significa
stessa qualità, efficacia, sicurezza¹
e ti permette di risparmiare²?
Il tuo farmacista può consigliarti.

Fai una scelta di salute con Sandoz.



¹ Per medicinale equivalente si intende un medicinale avente la stessa composizione quali-quantitativa in sostanza attiva e la stessa forma farmaceutica del medicinale di riferimento e bioequivalente rispetto al medicinale di riferimento

² Il farmaco equivalente può costare fino al 75% in meno rispetto al farmaco di riferimento

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