

DAI REGALI AI DOTTORI AI **riscontri** NELLE FARMACIE, UN FILM RACCONTA
COME SI «SPINGONO» I PRODOTTI NUOVI. E I VECCHI COME SE FOSSERO NUOVI

Così Big Pharma scheda i medici per vendere sempre di più

di **Michele Bocci** e **Fabio Tonacci**

ROMA. L'uomo con la valigetta cerca le «penne». I timorosi, i poco autorevoli, i moralisti, i «novellini» senza pazienti non gli interessano: con loro si spreca tempo. Le «penne», invece, fanno fare i soldi alla sua ditta. Così vengono chiamati i medici con l'attitudine a firmare molte ricette e ad accettare molti regali. Senza di loro, i farmaci non si vendono, o si vendono meno, e questo non fa bene al bilancio, è un'insopportabile crepa nella logica del profitto inseguita dai venditori di salute.

«La regola dell'II» urla Isabella Ferrari, che nel film *Il venditore di medicine* di Antonio Morabito veste i panni di una spietata dirigente di un'azienda farmaceutica del Nord Italia: c'è da piazzare una nuova pillola, che di nuovo non ha niente, essendo esattamente come la vecchia con qualche eccipiente in più. «La regola dell'II» dunque. Vuol dire che ogni regalo che esce dalla valigetta dell'informatore scientifico - un iPad, un telefonino, un invito a un convegno che casualmente si svolge a Saint-Tropez in piena estate, anche un'auto, se la «penna» è uno stimato primario d'ospedale - deve fruttare almeno undici volte tanto. In ricette prescritte e vendite nelle farmacie a carico dei pazienti o dello Stato. Questione di matematica. Che diventa un'ossessione per chi quel risultato deve raggiungerlo. Nel film di Morabito, in sala dal 30 aprile, uno stressatissimo Claudio Santamaria, che nella sua «microarea», cioè nel territorio a lui affidato, salta da un medico all'altro, stringendo mani e amicizie, corrompendo, oliando il sistema, frugando nei computer dei farmacisti per verificare le vendite della pasticca «nuova ma vecchia».

Abbiamo visto il lungometraggio, presentato al Festival internazionale del film di Roma, con un dirigente di una delle più grandi aziende farmaceutiche d'Italia. Una di quelle che compongono il potente univer-

so di Big Pharma. «E tutto vero» dice, con la garanzia dell'anonimato. «Esistono delle divisioni interne che si occupano solo di quello, di segmentare i 47 mila medici di famiglia». *Segmentare?* «Schedare» precisa. «Vengono classificati a seconda del "parco" pazienti che seguono, a seconda se abbiano o meno uno studio privato dove "spingere" le medicine, a seconda dell'autorevolezza e dell'"inclinazione" a prescrivere il prodotto. Quando l'informatore scientifico fa il suo giro, sa già quali sono le "penne" e su quelle concentra il suo lavoro».

Poi ci sono società che cedono all'industria del farmaco il *sell-out*, i dati di vendita di un medicinale divisi per microzona. La Ims Health, multinazionale statunitense, è una di queste. I suoi numeri dovrebbero avere solo un valore statistico, ma qualcuno li usa per verificare se i medici «amici» fanno quello per cui sono stati avvicinati, se cioè firmano la quantità promessa di ricette. Fare questo tipo di ricerche è legale, non lo è se si arriva a identificare chi prescrive. Più banalmente, talvolta, si chiede ai farmacisti, anche se loro avrebbero il divieto di rivelare i nomi.

Non è un caso che l'Italia si trovi al sesto posto nel mondo per spesa farmaceutica: 25,5 miliardi di euro (il 76 per cento sostenuto dal Servizio sanitario nazionale), più del Brasile che ha 189 milioni di abitanti, più del Regno Unito. Ogni cittadino italiano spende in media 430 euro all'anno in pillole, sciroppi, fiale, creme, tutto quello che i 47 mila medici di famiglia e gli specialisti prescrivono. Come si fa ad essere sicuri di avere il farmaco migliore, quello più efficace o che non porta a sprecare denaro pubblico? Come si fa a sapere che, prima di noi, nello studio del dottore non sia entrato un informatore scientifico senza scrupoli che lo ha convinto a «spingere» il suo prodotto?

C'è un codice deontologico, con una serie di linee guida incompatibili con la «regola dell'II»: il rappresentante dovrebbe parlare solo di argomenti scientifici e limitare al massimo le spese promozionali. Vietato organizza

zare convegni medici in località di mare durante l'estate e in resort di montagna in inverno, e non vanno prenotati hotel a 5 stelle. «Non possiamo fare più di 4-5 visite annue alla stessa persona» racconta Carmelo Carnovale, presidente nazionale di Federisfe, la federazione dei 16 mila informatori, «ma alcune aziende impongono ai collaboratori di presentarsi 12 volte: una al mese. Il nostro lavoro è un servizio, definito da una legge dello Stato, che andrebbe portato a tutti i medici perché ha il fine di aggiornarli. Concentrarsi sulle "penne", lasciando fuori professionisti cui l'aggiornamento servirebbe davvero per il bene della salute pubblica, non è corretto».

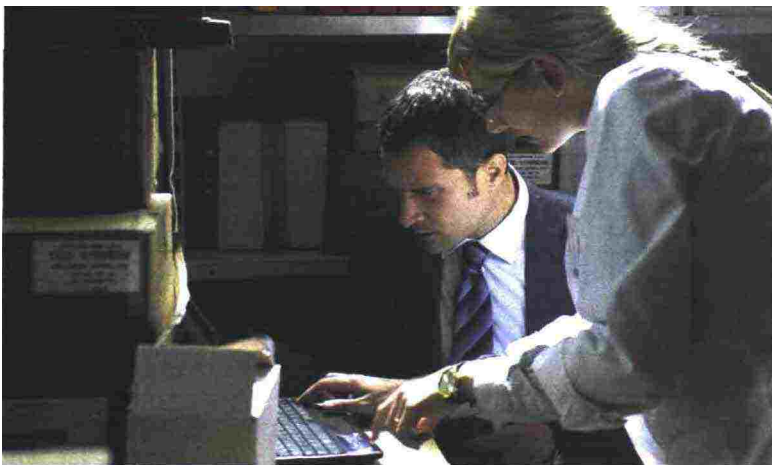
Quasi nessuno resiste alle carezze, o alle velate minacce, di Big Pharma. Nella pellicola di Morabito, Claudio Santamaria fa di tutto per conquistare l'incorruttibile primario di un grosso ospedale, interpretato dal giornalista Marco Travaglio. È il terminale che può garantire la vendita di migliaia di pasticche.

Ci riesce, non lasciandogli un tablet sulla scrivania, ma scoprendo magagne del suo passato, che utilizza come strumento di ricatto.

«I viaggi premio e i regali sono meno diffusi di un tempo», dice Carnovale.

Quello che esce dalla valigetta, a volte, è la soluzione a una seccatura, come i corsi obbligatori di formazione. «A gestirli dovrebbero essere agenzie accreditate con il ministero della Sanità. Ma nella partita si è inserita l'industria, che in certi casi arruola i partecipanti. Così può accadere che qualcuno ottenga i crediti senza presentarsi ai corsi». La borsa dell'informatore farmaceutico è come quella di Mary Poppins: senza fondo né limiti. ■

Esiste un codice deontologico, ma spesso gli informatori sono spinti ad aggirarlo



CONFERMA FARMACEUTICA

Presidi: Paolo Trossi

Ritorna a essere il numero uno in Italia per vendite di farmaci, dopo aver lasciato il vertice di Novartis nel 2011. Il gruppo farmaceutico di Paolo Trossi, che ha lasciato il vertice di Novartis nel 2011, è tornato a essere il numero uno in Italia per vendite di farmaci. Il gruppo farmaceutico di Paolo Trossi, che ha lasciato il vertice di Novartis nel 2011, è tornato a essere il numero uno in Italia per vendite di farmaci.

Così Big Pharma scheda i medici per vendere sempre di più

Il gruppo farmaceutico di Paolo Trossi, che ha lasciato il vertice di Novartis nel 2011, è tornato a essere il numero uno in Italia per vendite di farmaci. Il gruppo farmaceutico di Paolo Trossi, che ha lasciato il vertice di Novartis nel 2011, è tornato a essere il numero uno in Italia per vendite di farmaci.

PRESDAL VERO

47 mila I MEDICI DI FAMIGLIA IN ITALIA

16 mila GLI INFORMATORI FARMACEUTICI (Nel 2000 erano 34 mila)

430 euro LA SPESA MEDIA ANNUA DEGLI ITALIANI PER I FARMACI

2,5 miliardi di euro LA SPESA FARMACEUTICA TOTALE IN ITALIA NEL 2012

76% LA PERCENTUALE DI SPESA SOSTENUTA DAL SERVIZIO SANITARIO

108 miliardi di euro IL FONDO SANITARIO NAZIONALE

Presidi: Paolo Trossi

Ritorna a essere il numero uno in Italia per vendite di farmaci, dopo aver lasciato il vertice di Novartis nel 2011. Il gruppo farmaceutico di Paolo Trossi, che ha lasciato il vertice di Novartis nel 2011, è tornato a essere il numero uno in Italia per vendite di farmaci.

PRESO DAL VERO

A sinistra, due scene del *Venditore di medicine* di Antonio Morabito: sopra, **Claudio Santamaria**, che interpreta un informatore farmaceutico senza scrupoli; sotto, **Isabella Ferrari**, nei panni di una manager di un'industria farmaceutica. Il film sarà nelle sale dal 30 aprile

