

Inchiesta Altroconsumo fra le farmacie: giudizio negativo

13/04/2007 13:00 - ([Segnala questo articolo](#))

Farmacie, corner ipermercati, parafarmacie nelle città italiane

In 53 casi su 60 il farmacista ha venduto uno spray decongestionante nasale senza fare domande adeguate ad un paziente dichiaratosi iperteso. Solo uno dei comportamenti non professionali, né corretti, registrati tra i farmacisti. Il via libera alla vendita dei farmaci da banco al di fuori delle farmacie non ha migliorato il livello di qualità del servizio offerto al cittadino nei diversi canali, che resta scarso. Dall'inchiesta di Altroconsumo su 40 farmacie, 10 corner di ipermercati e 10 parafarmacie a Bari, Bologna, Milano, Roma, Torino, emerge come, purtroppo, il profilo commerciale prevalga rispetto a quello professionale.

L'associazione indipendente di consumatori ha voluto valutare la qualità del servizio offerto dai farmacisti nei diversi punti vendita disponibili dopo l'entrata in vigore del decreto sulla liberalizzazione della vendita dei farmaci Otc (da banco senza obbligo di ricetta medica, di cui si può fare pubblicità) e Sop (senza obbligo di ricetta, ma non direttamente accessibili al cliente e non pubblicizzabili) anche al di fuori delle farmacie.

Altroconsumo ha condotto l'indagine creando quattro diversi scenari: la richiesta di un lassativo, la richiesta di uno sciroppo per tosse, di cui esiste il generico, la richiesta di un integratore naturale per la pressione arteriosa, la richiesta di uno spray nasale decongestionante.

Obiettivo: valutare la qualità del comportamento dei farmacisti sia per l'assistenza fornita (consigli e informazioni su eventuali interazioni con altri farmaci, effetti indesiderati, valutazione di non necessità di assunzione del farmaco) che per l'attenzione al risparmio con la proposta del generico o dell'equivalente meno costoso.

I dettagli sugli scenari dell'inchiesta e i giudizi città per città sono disponibili nella versione integrale dell'indagine su www.altroconsumo.it.

I risultati dell'inchiesta parlano chiaro: sono aumentati i punti vendita, ma il servizio al cittadino, in termini di assistenza, consigli, attenzione alle

caratteristiche del paziente, resta scarso.

Nei farmacisti interpellati ha prevalso l'interesse commerciale: tutti hanno venduto un farmaco senza informarsi delle condizioni del paziente, né hanno proposto il generico o l'equivalente meno costoso, nella quasi totalità dei casi. Dunque giudizio negativo per l'83% delle farmacie visitate (33 su 40), per 9 ipermercati su 10, e per la totalità delle parafarmacie coinvolte, 10 su 10.

Nel complesso non emergono differenze tra farmacie, parafarmacie e corner degli ipermercati in termini di comportamento dei farmacisti.

Si conferma invece il dato positivo di possibilità di risparmio per il cittadino, grazie all'apertura di canali alternativi di vendita. Ma sui generici il semaforo è sempre rosso per troppi ipermercati e parafarmacie, che non ne dispongono concretamente, denotando un problema di assortimento su questi canali, legato a scelte di marketing.

I margini di riduzione dei prezzi, se si facesse giocare realmente la concorrenza, sono ancora ampi. Secondo Altroconsumo, in farmacia, sui farmaci venduti a prezzi scontati, lo sconto medio adottato si attesta all'11%, contro il 22% degli ipermercati.

Considerato il quadro di desolante passività da parte dei farmacisti, ogni consumatore deve fare la propria parte, attivandosi per avere tutte le informazioni e chiedere sempre se esiste il generico o equivalente come alternativa.

Questa inchiesta rientra nella campagna Altroconsumo per la salute, attività di sensibilizzazione e informazione indipendente che l'associazione porterà avanti per tutto il 2007 sul tema della tutela della salute dei cittadini e della qualità offerta dal servizio sanitario.

Fonte Altroconsumo

di [Redazione](#)
in [Sanità](#)