

# SENATO DELLA REPUBBLICA

————— XIV LEGISLATURA —————

## COMMISSIONE PARLAMENTARE D'INCHIESTA

SULL'EFFICACIA E L'EFFICIENZA DEL SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE,  
NONCHÈ SULLE CAUSE DELL'INCENDIO SVILUPPATOSI TRA IL 15  
E IL 16 DICEMBRE 2001 NEL COMUNE DI SAN GREGORIO MAGNO

INCHIESTA SULLE PROBLEMATICHE SOTTESE  
AL FENOMENO DEL COMPARAGGIO

4° Resoconto stenografico

SEDUTA DI MARTEDÌ 4 MARZO 2003

---

**Presidenza del presidente CARELLA**



*Interviene il vice presidente di Farmindustria, dottor Emilio Stefanelli.*

*I lavori hanno inizio alle ore 20,45.*

**Audizione del dottor Emilio Stefanelli, vice presidente di Farmindustria**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'inchiesta sulle problematiche sottese al fenomeno del comparaggio, sospesa nella seduta del 26 febbraio scorso.

Comunico che per l'odierna seduta sono state disposte, ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del regolamento interno, la redazione e pubblicazione del resoconto stenografico, salva naturalmente l'ipotesi di passaggi in seduta segreta, di cui al successivo comma 4.

È in programma oggi l'audizione del dottor Emilio Stefanelli, vice presidente di Farmindustria, che ringrazio per la disponibilità dimostrata partecipando all'odierna audizione.

Vorrei introdurre l'oggetto e le finalità di questa audizione.

Dottor Stefanelli, le premetto che la nostra Commissione d'inchiesta, nel suo più ampio mandato, finalizzato a valutare l'efficacia e l'efficienza del nostro Servizio sanitario nazionale, aveva già previsto un apposito gruppo di lavoro che avrebbe affrontato la tematica più complessiva relativa alla politica del farmaco. Pertanto, gli ultimi eventi che hanno portato alla ribalta la questione del comparaggio non hanno fatto che accelerare la trattazione di questo tema, ma era obiettivo della Commissione approfondire comunque tutte le questioni e le problematiche che hanno visto più volte non questa Commissione ma la Commissione parlamentare di merito, igiene e sanità, impegnata a seguire la politica del Governo relativa alla questione del farmaco.

Non le nascondo che la nostra Commissione intende approfondire tutte le questioni relative all'ultima vicenda. Come lei ha potuto apprendere, domani ascolteremo anche il generale Suppa della Guardia di finanza per acquisire ulteriori elementi e una valutazione complessiva dell'intera vicenda, la quale merita di essere approfondita. Da parte nostra vi è il massimo rispetto nei confronti dell'attività investigativa per accertarne le eventuali responsabilità. Non le posso nascondere che, a nostro avviso, episodi come questi rischiano di ledere quel rapporto di fiducia tra le istituzioni, e soprattutto i cittadini, e il Servizio sanitario nazionale.

Dottor Stefanelli, prima di darle la parola, le vorrei porre due domande in merito ad alcuni aspetti particolari.

La prima: in questi anni, non oggi o ieri, cosa ha fatto Farindustria per combattere un fenomeno che – non possiamo certo nascondercelo – è tutt'altro che nuovo?

La seconda: quali sono state le iniziative che Farindustria ha messo in campo nei confronti delle aziende farmaceutiche ad essa associate?

*STEFANELLI.* Signor Presidente, per rispondere alle sue domande devo necessariamente partire da lontano. Crediamo che l'informazione scientifica sia un diritto-dovere delle aziende farmaceutiche e devo dire che a volte questa è svolta in modo non solo lecito, ma anche meritorio. Infatti, molta parte dell'informazione scientifica, specialmente i convegni e i congressi, costituisce un'attività di informazione e di formazione della classe medica piuttosto ben realizzata dall'industria farmaceutica e svolta in quasi tutto il mondo con successo.

Le leggi che governano il controllo dell'informazione scientifica provengono, come lei ovviamente sa meglio di me, da direttive europee, recepite, in modo anche più restrittivo, dal decreto legislativo n. 541 del 1992.

Farindustria aveva già realizzato in passato, e due anni fa lo ha aggiornato, un proprio codice deontologico interno ancora più restrittivo del decreto legislativo n. 541. Poiché Farindustria non dispone di una polizia interna per controllare che le aziende osservino tale codice, essa lavora su segnalazione di altre aziende. Questo è un modo per tenere sotto controllo la competitività delle aziende. Sia chiaro, anche quando le aziende non osservano il codice deontologico non compiono necessariamente un illecito; è illecito solo quanto è contrario alla legge e correttamente deve rientrare nel controllo sul piano legislativo e quindi dello Stato. Ci rendiamo conto che il «pagatore» di questo sistema è lo Stato; inoltre, stiamo parlando di sanità e quindi dobbiamo giustamente avere un'attenzione ancora maggiore rispetto ad una normativa costituita semplicemente da un decreto legislativo, che divide in modo netto ciò che è legittimo da ciò che non lo è. Quindi, crediamo che Farindustria abbia tenuto conto di tali aspetti, anche se chiaramente può agire solamente su segnalazione; ma lo fa, tant'è vero che su segnalazione indaga e sanziona attraverso un giurì, addirittura esterno all'associazione, quindi totalmente libero di decidere.

*PRESIDENTE.* Quante segnalazioni avete avuto e quante volte il giurì si è espresso in materia?

*STEFANELLI.* Non dispongo in questa sede di dati precisi, che mi riservo di comunicarvi, posso però dire che negli due ultimi anni ciò è avvenuto diverse volte.

Vorrei chiarire che il codice deontologico è qualcosa che va oltre quanto previsto dalle normative perché esso valuta soprattutto l'opportunità etica di determinati comportamenti, non tanto la loro legittimità, che è valutata e controllata dalla legge.

Scendendo ancora più nel dettaglio – e questa è anche un po' la ragione del nostro comportamento in questi ultimi tempi – credo che bisognerebbe una volta per tutte cercare di separare la competitività tra le aziende – valutando bene che livello di competitività viene accertato – dagli abusi, dagli sprechi, dai cattivi usi e dalle truffe, perché sono due aspetti completamente differenti.

La nostra sensazione è che negli ultimi tempi, probabilmente per colpa di nessuno, si sta un po' confondendo la competitività, che tra le aziende è normale – poi si può discutere quanto sia opportuno porre in essere una competitività di un tipo o di un altro –, e comportamenti oggettivamente al di fuori della legge e che quindi vanno colpiti. Proprio per questo, visto che il Ministro della salute intende realizzare un manifesto etico condiviso, che affronti proprio questo tipo di problema, abbiamo espresso al Ministro stesso la nostra totale adesione su questo aspetto, comunicandogli la nostra volontà di trasparenza e addirittura la nostra volontà di partecipazione, magari con tariffe appropriate, ad intensificare i controlli affinché la nostra attività sia controllata e quindi giudicata poi più positivamente.

Nel mentre, abbiamo anche deciso di sospendere molta parte di questa attività nella quale sembra regnare un po' di confusione tra ciò che è lecito e ciò che non lo è, soprattutto, tra competitività e operazioni al di fuori della legge.

Questa è la nostra posizione in merito a quanto sta avvenendo e queste sono le attività che abbiamo posto in essere.

PRESIDENTE. Negli ultimi giorni ho seguito molto tali questioni, anche attraverso i *mass media*, e vorrei porle una domanda alla quale non ho avuto finora risposta. Si parla di una giusta attività di competizione tra le aziende (e credo che nessuno di noi metta in dubbio che l'azienda sia legittimata a competere e anche a trarre dei profitti, altrimenti non sarebbe più un'azienda) rispetto alla possibilità che le stesse hanno di promuovere la competizione, fino ad arrivare agli aspetti che violano le norme del codice penale. Circa la determinazione del prezzo del farmaco, il dottor Martini, direttore generale della Direzione della valutazione dei medicinali e della farmacovigilanza del Ministero della salute, ci ha parlato del prezzo medio europeo, il prezzo imposto a livello di Comunità europea, per cui da parte italiana il prezzo non può che essere quello. Ma io le pongo una domanda di tipo squisitamente industriale: nel determinare il prezzo del farmaco, qual è la quota che viene destinata all'attività promozionale, se poniamo pari a cento il prezzo del prodotto? Qual è la quota che viene investita nel fare promozione lecita? Pongo tale interrogativo per capire qual è l'investimento dell'industria farmaceutica per la promozione del farmaco.

STEFANELLI. Dipende in larghissima misura dalla tipologia del prodotto.

PRESIDENTE. In media?

*STEFANELLI.* Anzitutto occorre tenere presente che è illusorio pensare che l'azienda possa determinare il proprio prezzo, perché non è vero. È vero che l'azienda indica il prezzo del proprio prodotto, ma lo fa in due modi diversi: in base al prezzo medio europeo, che non è quindi una definizione dell'azienda ma è un'imposizione che deriva dagli altri prezzi europei (non entro nel merito se ciò è giusto); in base a una contrattazione (parliamo ovviamente di prodotti rimborsabili), con una commissione che esiste proprio per contrattare questi aspetti.

PRESIDENTE. Ma io le ponevo un'altra domanda: alla fine, sul prezzo che l'azienda accetta (non può contrattare all'infinito), qual è la quota che viene destinata alla promozione? Non sto discutendo l'entità del prezzo.

*STEFANELLI.* Due aspetti lavorano sulle ascisse e sulle ordinate: da una parte, molto dipende dalla grandezza dell'azienda, perché normalmente, più l'azienda è piccola, minore è il volume e maggiore è la percentuale degli investimenti, in quanto ovviamente si paga il fatto che si deve andare su tutto il territorio nazionale; dall'altra, molto dipende anche dalla tipologia del prodotto perché, se si entra in una nicchia terapeutica, lo sforzo promozionale per far conoscere il prodotto e fornire informazioni su di esso è molto inferiore rispetto a quello necessario per i 60.000 medici di medicina generale.

Una terza componente dipende molto dalla qualità del prodotto; qualità non vuol dire più buono o meno buono, ma che per alcune patologie vi sono tanti prodotti, per cui lo spazio per poter informare il medico e far sì che lui stesso, in base ad un'assoluta conoscenza, trovi il migliore risultato, è senz'altro maggiore di quello che invece si può avere per terapie piuttosto limitate.

Non posso darle i numeri perché non li conosco aziendalmente; Farmindustria non è in possesso dei dati concernenti gli investimenti da parte delle aziende, è un valore che non conosce. Certo posso conoscere i dati della mia azienda, ma non sono numeri definiti. Ho sentito in televisione il generale della Guardia di finanza affermare che ci sono investimenti intorno al 20 per cento. Se questo dato è plausibile, è tale per tutte le aziende del mondo, non è strano o anomalo.

*DANZI (UDC).* Dottor Stefanelli, in questi giorni mi ero fatto un'idea che ho dovuto rivedere sulla base di alcuni dati. La settimana scorsa ritenevo – ma non sono ancora convinto del tutto che non sia proprio così; lo immaginavo istintivamente, anche aiutato dalla mia professione di medico – che il *co-marketing* potesse essere una delle cause del «sovrappollamento» di molecole simili e che quindi potesse favorire un rapporto eticamente discutibile fra l'azienda farmaceutica e il medico. Nel frattempo mi sono attivato anche personalmente, al di là dell'ufficialità della Com-

missione (chiedo scusa al Presidente), per ricavare dati. Ho avuto dei contatti, ho chiesto anche ad aziende farmaceutiche e ho avuto risposte che mi hanno lasciato molto perplesso. Mi è stato spiegato che il *co-marketing* in effetti è stato l'unica strategia che abbia consentito alle aziende italiane, nonostante margini di guadagno minori (perché chi fa *co-marketing* poi paga all'azienda oltre il 40 per cento), di aumentare la quota da destinare alla ricerca.

*STEFANELLI*. Dipende dal prodotto.

*DANZI (UDC)*. Comunque la percentuale è più o meno quella.

Ho avuto alcuni dati confortanti su questo piano; addirittura le più grandi aziende italiane (mi pare siano una decina) hanno aumentato considerevolmente gli stanziamenti per la ricerca e, in proporzione, rispetto al guadagno determinato dal *co-marketing*, che è del 60 per cento, i fondi destinati alla ricerca sono stati quindi abbastanza congrui, con un aumento anche considerevole di personale che si dedica alla ricerca stessa.

Le chiedo di confermare questi dati ed eventualmente di capire come quello che istintivamente appare un meccanismo volto a favorire potrebbe non esserlo, visto che sulla base delle informazioni assunte (che per carità sono assolutamente contestabili, però si basano su alcuni dati che ho raccolto) alla fine tale meccanismo sembra tutelare da un lato le aziende italiane, la qual cosa non dovrebbe dispiacerci, dall'altro favorire l'occupazione e una maggiore ricerca.

Inoltre, mi è stato detto che si vorrebbe peggiorare la situazione passando dal *co-marketing* alla *co-promotion*: in sostanza, le molecole di una ditta possono essere commercializzate con lo stesso nome da altre aziende, lasciando un guadagno del 2-3 per cento alla ditta. Con ciò si rischia di marginalizzare ulteriormente l'industria italiana.

*STEFANELLI*. Credo che il *co-marketing* sia un'attività non solo non negativa, ma addirittura positiva, e *in primis* dal punto di vista sanitario. Infatti, è opportuno che più aziende, anche con la loro diversa cultura, portino alla classe medica la stessa molecola perché così, aumentando l'informazione sia qualitativamente che quantitativamente, riescono ad offrire un servizio formativo e informativo maggiore sulla stessa molecola.

Ma il *co-marketing* è apprezzabile anche dal punto di vista commerciale, proprio per le leggi della concorrenza: è preferibile avere sul mercato più aziende che portano lo stesso prodotto, anche a tutela del cittadino, in modo che si possano superare problemi legati, ad esempio, alla produzione da parte di una determinata azienda. È importante, quindi, sotto il profilo concorrenziale.

Come è stato detto, quasi tutti i *co-marketing* sono effettuati da aziende multinazionali nei confronti di aziende italiane. In tal modo, le aziende italiane, che normalmente sono di medie dimensioni, trattando prodotti di questo genere, aumentano il proprio livello culturale e i propri introiti, che poi possono reinvestire nella ricerca.

Pertanto, devo concludere che il *co-marketing* è un processo assolutamente non negativo, anzi, altamente positivo.

LIGUORI (*Mar-DL-U*). Leggendo il resoconto della precedente audizione, alla quale non ero presente, ho appreso ciò che ha detto il presidente dell'Associazione degli informatori farmaceutici, il quale ha riferito – e non poteva essere diversamente – che la loro attività dipende totalmente dall'industria di riferimento. Ciò non desta scandalo, però vorrei sapere se le forme di controllo che le aziende pongono in essere nel valutare il lavoro degli informatori farmaceutici tengono conto solo della quantità o anche di valutazioni di altro tipo.

A questa domanda collego un altro quesito, prendendo spunto da ciò che ha detto qualche giorno fa il sottosegretario Cursi, il quale, facendo sostanzialmente una provocazione (e sapere qual è la posizione di Farmindustria, quanto meno in prospettiva, è utile), ha proposto di far dipendere gli informatori farmaceutici dalla direzione medica delle aziende e non più da quella commerciale. Questo è un modo non soltanto filosofico di affrontare il problema: si deve considerare che si tratta di un prodotto particolare, perché è una medicina, serve a far stare bene, ma al tempo stesso è un prodotto dal punto di vista commerciale.

STEFANELLI. Preciso innanzi tutto che, in applicazione del decreto legislativo n. 541 del 1992, gli informatori dipendono «qualitativamente» dal responsabile del servizio scientifico, che ogni azienda deve avere. Questo avviene già oggi; quindi, dal punto di vista della qualità, le garanzie sono date dal fatto che il responsabile del servizio scientifico dell'azienda deve curare in particolare questa parte dell'attività degli informatori.

Desidero però rispondere alla sua domanda, dalla quale sembrerebbe che quantità e qualità siano due concetti separati. Non bisognerebbe considerarli tali. È vero che le aziende, compiendo gli investimenti nella ricerca, hanno tutto il diritto di promuovere i propri prodotti e di venderli, però devono farlo in un certo modo. Bisognerebbe arrivare al risultato che la qualità fa vendere. Ma affrontando il problema solo dal punto di vista del *marketing* non si risolve automaticamente la questione. Occorre fare in modo che l'azione dell'azienda, a livello di promozione, sia così qualitativamente valida da procurare un buon risultato in termini quantitativi. È questo ciò che deve accadere.

È profondamente sbagliato considerare quantità e qualità su due piani opposti, perché in realtà i due aspetti devono coesistere. È proprio attraverso la qualità dell'informazione che si riesce a convincere il medico che un determinato prodotto è corretto per quella particolare patologia.

BAIO DOSSI (*Mar-DL-U*). Nelle sue considerazioni, dottor Stefanelli, lei ha giustamente sottolineato che le aziende seguono le corrette leggi di mercato, anche se forse vale la pena di aggiungere che, se queste leggi valgono nel mercato in generale, purtroppo queste regole da sole non



sono sufficienti nel mercato sanitario e specificamente in quello farmaceutico. In sostanza, in questo settore il mercato non può essere determinato solo dalla legge della domanda e dell'offerta e dalle variazioni del prezzo. Fatta questa premessa, comunque, condivido quanto lei ha dichiarato.

Vorrei farle due domande molto specifiche e una di carattere più generale su quanto ha detto nel suo intervento introduttivo.

Lei ha fatto riferimento al codice deontologico, che è stato aggiornato due anni fa. Ho lavorato in un quotidiano, il primo quotidiano economico nazionale, che ha adottato per primo il codice deontologico (purtroppo, poi anche alcuni colleghi sono finiti nelle maglie della giustizia). Mi sembra importante interrogarci con molta onestà, e magari anche da punti di vista diversi, su questo aspetto; d'altra parte, è legittimo e corretto che il mondo dell'impresa abbia come obiettivo non solo quello di offrire dei prodotti, ma anche quello di ottenere un guadagno, perché non siete aziende caritative.

Lei prima ha detto che in alcuni casi un giurì ha irrogato anche delle sanzioni. Ho letto sui giornali che voi aspettate sempre la sentenza, ma che anche senza di essa emettete una valutazione. Ritengo quindi che abbiate maturato una certa esperienza all'interno di Farmindustria. Questo codice è servito concretamente per correggere e modificare il comportamento delle aziende (non in tutti i casi, ovviamente, perché altrimenti non saremmo qui a discutere oggi), considerando che il vostro è un mercato anomalo, che non può sottostare solo alle leggi del mercato?

La seconda domanda è la seguente. Lei prima faceva riferimento ad un altro termine corretto dal punto di vista economico: «competitività»; a vostro parere qual è il limite massimo di competitività? Da quello che si conosce per sentito dire – ma il sentito dire non fa legge – e da quello che si legge anche sulle cronache dei giornali di questi giorni, c'è sempre una zona d'ombra tra ciò che è illegale e ciò che è legale e questo è un campo dove sia il Parlamento – perché noi non siamo la magistratura – sia Farmindustria, come rappresentanti dell'industria farmaceutica, potrebbero agire. Quindi, a che punto arriva la competitività?

Avendo parlato nel recente passato con alcuni vostri colleghi so che voi avevate dichiarato al Ministero, oltre alla vostra collaborazione (e lo avete fatto soprattutto l'anno scorso, quando il Ministero non vi ha trattato molto bene: cinque decreti in un anno; il settore farmaceutico sembrava diventato l'unico male della società), la vostra disponibilità a ragionare non solo e non tanto sul prezzo del farmaco quanto sulla politica farmaceutica, per esempio, per valutare la questione dei brevetti e della disponibilità delle confezioni dei farmaci; cioè, aspetti concreti (adesso gliene ho citati due ma se ne potrebbero citare altri). Vorrei quindi sapere se avete fatto qualcosa in tal senso – che, anche se sicuramente di parte, sarà senz'altro un lavoro autorevole – per iniziare ad uscire da una dimensione esclusivamente punitiva del fenomeno. Altrimenti, credo che non riusciremo più a venire fuori dai decreti del Ministero, tantomeno dalle maglie della magistratura.

*STEFANELLI.* Provo a risponderle, senatrice Baio Dossi. La prima questione riguarda il nostro codice deontologico. Noi uno sforzo crediamo di averlo fatto. Applichiamo normalmente delle sanzioni, ripeto, su segnalazione, quando verifichiamo discrepanze con il codice deontologico. Ci siamo riusciti? Non glielo so dire. Sicuramente qualcosa abbiamo fatto e probabilmente potremmo fare qualcosa di più. Le voglio peraltro dire che in questo momento si stanno definendo alcune regole di comportamento per quanto riguarda i congressi ECM cui tanto tiene il Ministro della salute e le posso anche dire che alcuni aspetti di questa riorganizzazione sono presi proprio dal nostro codice deontologico, che quindi li ha addirittura anticipati. Se questo è servito non lo so, probabilmente sì, ma non totalmente; se oggettivamente siamo in questa situazione, probabilmente non è servito del tutto. Le ripeto, quello doveva essere anche un modo – e ci lavoreremo ulteriormente – per cercare non solo di rimanere all'interno della legge ma anche di essere percepiti all'interno della legge, aspetto non secondario proprio per quanto lei diceva e cioè che qui stiamo parlando di un prodotto sanitario. Quindi, ci dobbiamo correttamente porre un problema ulteriore rispetto – e qui vengo alla seconda parte – alla competitività.

La competitività non vuol dire farsi gli sgambetti a vicenda: la competitività tra aziende farmaceutiche vuol dire promuovere il valore dei propri prodotti. Ciò si fa tramite l'informazione scientifica e questa si realizza tramite convegni e congressi, e tutto l'insieme dell'informazione alla classe medica. Questa non credo sia una competitività da punire, sarebbe negativo se così fosse.

Poi, visto anche il discorso sanitario, bisogna anche lavorare per mettere questa competitività nella giusta dimensione, per evitare che essa entri in contrasto con la natura etico-sociale di prodotti per la salute. Questa è la ragione per cui abbiamo fatto un codice deontologico e abbiamo da tempo dato la nostra disponibilità al Ministero della salute. Noi siamo qui, disponibili per vedere come possiamo insieme definire al meglio la cosa. Credo che alla fine nessuno avrebbe un guadagno da un messaggio diverso da questo. Anche noi abbiamo interesse che il messaggio arrivi al meglio possibile e che il cittadino apprezzi non solo il farmaco, e questo già lo fa, ma anche i nostri comportamenti, almeno nella generalità.

L'ultimo punto riguarda la politica industriale. Forse siamo anche troppo noiosi dà un po' di tempo perché diciamo: cari signori, crediamo di aver dato il nostro ampio contributo per cercare di mettere a posto i conti dello Stato, tant'è vero che, guarda caso, il problema della sanità in generale cresce: la spesa farmaceutica nel 2002 non è aumentata se non dell'1 per cento rispetto al 2001 e nel 2003, presumibilmente, sarà più bassa di quella del 2002. Anche perché – diciamo la verità – da aprile dell'anno scorso abbiamo subito tagli per il 9,5 per cento: prima il 5 per cento, poi il 2 per cento, poi un'ulteriore media del 2,5 per cento che proviene dalla revisione del prontuario. Questo non vuol dire che adesso dobbiamo cominciare a piangere: così stanno le cose; adesso cerchiamo di

fare un patto di politica industriale, perché credo sia nell'interesse di tutti che il settore farmaceutico in Italia sia florido.

LONGHI (*DS-U*). Sono stati sentiti diversi soggetti nelle precedenti audizioni: i rappresentanti dell'ordine dei medici, degli informatori scientifici, ed altri: sembra che questi fenomeni di comparaggio – che poi si tratta di corruzione bella e buona – in definitiva, accadano casualmente, episodicamente; nessuno è responsabile, nessuno se ne è accorto, cioè si tratterebbe solo di qualche scheggia impazzita. A mio parere non credo sia l'informatore scientifico del farmaco a portare, se occorre, il televisore o il *computer*, perché poi è l'anello più debole; penso invece che ci sia un'organizzazione dietro. Nella sua esperienza, ha mai ravvisato questi fenomeni di corruzione e, in caso affermativo, che interventi ha compiuto? Si è mai rivolto alla magistratura per denunciare il fatto?

Si parla sempre dei massimi sistemi ma, visto che è qui, vorrei sapere se lei o i suoi colleghi vi siete mai accorti che certi farmaci tiravano più del dovuto e che quindi c'era un motivo di allarme, e via dicendo.

Vorrei poi chiederle un altro chiarimento. Tutti assistiamo ai fenomeni della pubblicità, pensiamo ad esempio a quella dei detersivi – ove probabilmente il prodotto di base è uguale per tutti i produttori – che si rivolge in definitiva al consumatore. Ora, voi non vi rivolgete al consumatore, se non per qualche prodotto da banco, ma al prescrittore, che dovrebbe essere persona competente, capace e qualificata, in grado quindi di valutare il prodotto non per la pubblicità o i punti qualità ma per l'efficacia del farmaco, che cura bene e più di un altro: il nuovo prodotto è più efficace, stronca la malattia in un tempo più breve, e via dicendo. Non mi scandalizzo del fatto che ci siano convegni scientifici; è giusto che si svolga attività di informazione, ma si deve fare sul serio. Ci sono anche i viaggi premio: c'è il turismo politico, c'è quello sanitario, eccetera. Però, mi chiedo: non sarebbe possibile, invece di spendere tutti questi soldi nel promuovere dei farmaci e nel farvi concorrenza, creare una scheda tecnica, visto che vi rivolgete a tecnici, che elenchi le qualità del prodotto, la sua efficacia e gli effetti che può avere, in modo che il medico, che non è un consumatore ma un tecnico della materia, possa prescriverlo secondo scienza e coscienza?

STEFANELLI. Parlo su un piano tecnico più che per entrare nel merito. Lei ha unito i concetti di corruzione e comparaggio. Io prima invece ho cercato di separare i due aspetti: parlavo della competitività e di quello che invece è illecito e che procura un danno. Esiste un regio decreto del 1934 (poi recepito, sul comparaggio) che non si preoccupa neanche se qualcuno (cioè se lo Stato, nella fattispecie) ne abbia un danno, ma si preoccupa del fatto – e forse anche giustamente, trattandosi di prodotti sanitari – che ci sia un rapporto tra il dare da parte dell'azienda e la prescrizione del medico.

La corruzione – non ne parliamo neanche – va contro la legge, va punita e basta. Il fenomeno nei cui confronti vengono fuori discorsi diffi-

cili riguarda proprio il comparaggio, che va punito, perché le leggi dello Stato lo prevedono; dobbiamo ricordare che per il comparaggio non si prevede il danno, ipoteticamente. Se un medico riceve un regalo da qualcuno, e fa risparmiare il servizio sanitario prescrivendogli quel farmaco, può essere accusato di comparaggio. Non so se sono stato chiaro.

LONGHI (*DS-U*). Anche per i politici è così. Secondo la legge Basanini, la bottiglia di vino si può prendere, il Rolex no.

STEFANELLI. Ho detto questa cosa solo a livello di chiarimento legislativo, non sono un avvocato; ho cercato di chiarire la questione. Ovviamente, se sapessi di qualcosa di penalmente illecito, dovrei denunciarlo. Però vorrei far capire perché a volte viene considerato comparaggio un fenomeno che bisogna riuscire veramente a capire che cosa vuol dire, perché si corre il rischio di mischiare la competitività lecita con la truffa, che invece sono due questioni profondamente diverse. Non so se sono riuscito a spiegarvi.

BAIO DOSSI (*Mar-DL-U*). Lei lo rapporta al dato economico?

STEFANELLI. No, assolutamente.

Il comparaggio – giustamente o meno – è un reato, e basta. Ma volevo rispondere sul discorso della corruzione. Questa implica il fatto che ci sia qualcuno che ne subisce un danno, invece il comparaggio è un illecito anche se nessuno ne subisce un danno, ma ne subisce un danno solo un'altra azienda. Questo è importante. È così, senatrice Baio Dossi, le assicuro che la legge sul comparaggio prevede proprio questo.

DANZI (*UDC*). A meno che non si parta dal presupposto che il comparaggio mi faccia scrivere più del dovuto.

STEFANELLI. Allora quello è un abuso.

La questione è oggettivamente complicata, e probabilmente è corretto che lo sia, perché stiamo parlando della sanità e quindi forse, parlando della sanità, è corretto che ci sia un atteggiamento di maggiore attenzione rispetto a questo tipo di problema.

Circa il discorso del medico, intanto è un obbligo dell'industria farmaceutica fornire informazione scientifica al medico con la scheda tecnica, ma proprio perché è un medico bisogna dargli informazioni maggiori della sola scheda tecnica, la quale riporta due righe di indicazioni; vi sono le controindicazioni, ma poi ci sono i lavori scientifici, c'è la scienza che evolve nel tempo. La comunità scientifica lavora sempre per valutare i prodotti che rendono meglio in determinati tipi di situazioni. Sarebbe molto riduttivo andare dal medico solo con la scheda tecnica. È un obbligo, perché la scheda tecnica è l'atto che il Ministero ha approvato e quindi giustamente bisogna averlo obbligatoriamente, ma non può essere la sola cosa.

PRESIDENTE. Le vorrei fare adesso qualche domanda più specifica dottor Stefanelli. Lei ha introdotto il tema degli informatori scientifici del farmaco. Le faccio domande precise sulle quali vorrei risposte altrettanto precise, se possibile.

A noi è stato segnalato da parte degli informatori scientifici del farmaco che in realtà (e lei giustamente cita il decreto legislativo n. 541 del 1992) ci sono molte aziende che non rispettano il decreto in materia di assunzioni di personale finalizzato all'informazione scientifica del farmaco. Ci segnalano che ci sono ancora molte aziende che non assumono persone con i requisiti previsti dal decreto legislativo n. 541, per esempio la laurea. Vorrei sapere se a voi è nota tale questione.

In secondo luogo, mi risulta che, oltre alla mancanza del requisito del titolo di studio, che è un obbligo previsto dal decreto legislativo n. 541, ci sono addirittura (lei diceva che comunque fanno riferimento alla struttura che ha la responsabilità dell'informazione scientifica e non al *marketing* dell'azienda) contratti di procacciatori di affari. Allora le chiedo, cosa hanno a che spartire i contratti di procacciatori di affari con il decreto legislativo n. 541 del 1992 e con l'informazione scientifica se non evocano direttamente il problema che il *marketing* diventa prioritario all'interno della politica aziendale?

Terza domanda: lei è a conoscenza del fatto che una organizzazione nazionale, forse multinazionale, la cui sigla è IMS, svolge per conto delle aziende farmaceutiche (e le chiedo: solo per conto di alcune aziende farmaceutiche?) o di Farindustria un monitoraggio sull'attività degli stessi informatori scientifici per verificare, con un *feed-back*, come il medico risponde all'informazione in termini di prescrizione? Le chiedo anche se le risulta che in Italia un'altra azienda, l'Abacam, svolge la stessa attività. Sembra che la società IMS nel 2000 abbia avuto un fatturato pari a 80 miliardi di lire per svolgere questa attività. Di qui la domanda iniziale: quanto costa la promozione del farmaco?

STEFANELLI. Le do le risposte nei limiti della mia conoscenza. Per quanto riguarda la prima domanda, se ci sono delle aziende, a me non risulta che assumano delle persone senza i titoli per poter essere informatori scientifici o senza averli acquisiti negli anni precedenti, perché lei sa che il decreto legislativo n. 541 del 1992 elenca i titoli, poi prevede di sanare una situazione pregressa.

PRESIDENTE. Parlo di nuove assunzioni.

STEFANELLI. Se ci sono nuove assunzioni di informatori scientifici, bisogna fare i controlli e le aziende che non si comportano nei modi previsti vanno punite, su questo non c'è dubbio. Comunque, a me questo fatto non risulta, ma non posso escluderlo.

PRESIDENTE. Ci è stato segnalato.

*STEFANELLI.* Se si è verificato, allora vanno fatti i controlli e sanzionate le aziende responsabili.

Per quanto riguarda il contratto di lavoro, mi trovo assolutamente in disaccordo con l'opinione che questo possa essere una ragione per fare meglio o peggio un determinato lavoro. Anzi, se vogliamo, il contratto di lavoro non dipendente potrebbe addirittura essere un modo attraverso il quale ottenere una doppia responsabilità, quella aziendale e quella individuale. Non facciamo considerazioni di questo tipo, altrimenti poi si inizia a dire che il dipendente subisce la pressione dell'azienda, la persona al di fuori deve vendere e quindi tutti hanno qualche ragione per giustificare un cattivo comportamento.

Non dobbiamo partire da questo presupposto. Del resto, siamo in un Paese nel quale il rapporto di lavoro deve essere il più fluido possibile. È invece molto importante che le persone abbiano un comportamento di un certo tipo e che la responsabilità sia delle persone e delle aziende.

PRESIDENTE. Esiste il contratto di procacciatore di affari?

*STEFANELLI.* Non so se esiste anche questo contratto per gli informatori. Sicuramente esiste il contratto di agenzia, quello di collaborazione coordinata continuativa. Non sono un esperto, ma credo che il contratto di procacciatore sia assimilabile a quello di agenzia. Questi rapporti ci sono, ma non sono assolutamente da rifiutare *a priori*.

PRESIDENTE. Noi abbiamo ricevuto contemporaneamente una doppia segnalazione: c'è personale non laureato che non ha i requisiti previsti ed esiste il contratto di procacciatore di affari. Lei capisce che abbiamo molte perplessità sul fatto che l'obiettivo sia effettivamente l'informazione scientifica e non prevalga invece l'aspetto del *marketing*. Il timore è che la persona non laureata, con questo contratto, abbia il solo obiettivo di procacciare gli affari.

*STEFANELLI.* Come ho detto, non sono un esperto di contratti. Ribadisco, si facciano i controlli e si puniscano le aziende che assumono come informatori scientifici persone senza i requisiti richiesti.

Per il resto, la tipologia di lavoro non è la motivazione della deontologia. La deontologia viene prima ed è a monte di qualsiasi altra cosa; è vero che molto spesso sono le aziende più piccole quelle che hanno contratti variabili. Questo è normale, perché i fatturati delle aziende più grandi sono consolidati e quindi è più semplice valutare il numero degli informatori e il loro costo; le aziende più piccole ovviamente cercano invece di pagare in relazione a quello che sarà il loro fatturato.

Non conosco la società Abacam, anche se l'ho sentita nominare. Invece la IMS offre un servizio di cui si avvale anche la mia azienda. In sostanza, la IMS rileva i dati dal sistema (grossisti, farmacie) per sapere quanto si vende di un certo prodotto in una determinata macro-zona. Que-

sta attività è non solo lecita, ma anche giusta, perché l'azienda deve tenere il mercato sotto controllo.

PRESIDENTE. Ma questi dati dell'IMS sono a disposizione anche di Farmindustria come organizzazione?

STEFANELLI. No, almeno per quei dati di cui lei ha parlato (per il controllo degli informatori), Farmindustria non ha interesse ad avere questi dati, cioè come sistema non ha interesse a sapere se in una zona ristretta un determinato prodotto si vende bene oppure no. Sono le aziende che hanno questo interesse: una singola azienda vuole sapere, giustamente, come va su un mercato, anche geograficamente specifico, il suo prodotto.

Non bisogna pensare che il *marketing* sia assolutamente in contrasto con la deontologia; i due aspetti possono coesistere.

PRESIDENTE. Ma i dati dell'IMS, se fossero pubblici, potrebbero evidenziare anche elementi distorsivi della corretta informazione scientifica?

STEFANELLI. Credo di no, perché per ragioni di concorrenza le aree da prendere in considerazione non possono essere così piccole da evidenziare la farmacia o il medico. Quindi non credo che questi dati possano servire per dimostrare eventuali abusi.

BAIO DOSSI (*Mar-DL-U*). Sempre da informazioni di cronaca, che quindi vanno prese con beneficio d'inventario, è risultato che ci sono alcune società che consentono alle aziende farmaceutiche, che agiscono entro i limiti della legalità, di attuare per esempio il comparaggio, la corruzione e altre forme di degenerazione. Preciso che questa notizia è stata pubblicata, circa due o tre settimane fa, anche da «Il Sole 24 Ore», non da giornali locali.

La domanda può sembrare retorica, però vorrei sapere se Farmindustria non ha avuto minimamente sentore che qualcosa dentro il sistema non stava funzionando. O meglio, vi siete accorti che qualcosa non andava, altrimenti non avreste fatto il codice deontologico; ma avete sospettato l'esistenza di questo fenomeno?

STEFANELLI. Innanzi tutto, preciso che non abbiamo fatto il codice deontologico per questo motivo. Tra l'altro, ciò che lei dice, se ho ben capito, sarebbe addirittura fuori dalla legge. In sostanza, lei parla di società che per conto di aziende farmaceutiche farebbero cose che non sono penalmente ammesse dalla legge. Ebbene, trattandosi di cose che sono penalmente fuori dalla legge, sicuramente il codice deontologico non ne parla.

PRESIDENTE. Dottor Stefanelli, la ringrazio per la sua disponibilità e le ricordo di farci pervenire i dati su denunce, infrazioni o pronunziamenti del giurì.

*STEFANELLI.* Faremo pervenire alla Commissione il codice deontologico e tutte le informazioni richieste. Credo sia doveroso da parte nostra.

PRESIDENTE. Dichiaro conclusa l'audizione e rinvio il seguito dei nostri lavori ad altra seduta.

*I lavori terminano alle ore 16,15.*