

ITPHARMA
DIGITAL
ARDS

 9
 sion. One health.

 e linee guida
 zione 2019

Show more

CHI SIAMO CONTATTI

Necessary Always Enabled

Non-Necessary Enabled

HOME ABOUTPH

ABOUTPHARMA ONLINE

 SANITÀ E POLITICA LEGAL & REGULATORY REGIONI PERSONE E PROFESSIONI **AZIENDE** MEDICINA SCIENZA E RICERCA

Aziende

Parola d'ordine: curare di più la reputazione aziendale con etica e trasparenza

Presentato a Milano il progetto "La Roche che vorrei" che mira a rendere sempre intellegibili i trasferimenti di valore a medici, società scientifiche e associazioni di pazienti

di Stefano Di Marzio



3 luglio 2019



Così si migliora la reputazione aziendale. Chiarezza, trasparenza, etica, correttezza. L'industria farmaceutica deve curare ogni dettaglio nel rapporto con medici, pazienti e pubblica amministrazione, ad esempio combattendo la corruzione e facilitando le sperimentazioni cliniche senza orientarne a priori i risultati e/o selezionando professionisti "di comodo" per validare gli esiti. I codici Efpia e Farindustria offrono ottime indicazioni ma la pratica è un'altra faccenda e interroga direttamente ogni uomo d'azienda, dal top manager alla sales force.

Non solo ne va del rispetto delle leggi, ma anche della reputazione aziendale (e quindi del vantaggio competitivo che di quella reputazione sempre più si nutre) alimentata da buone pratiche, buoni comportamenti, buoni prodotti nonché da una tradizione industriale che quando è solida non lo è a caso. Ma la reputazione è patrimonio immateriale. Vale tanto, tantissimo, tuttavia non appartiene né alle imprese, né alle persone: è loro attribuita quando la meritano e cancellata con un soffio di vento (a volte calunnioso) quando qualcosa va storto.

Il progetto "La Roche che vorrei"

Detto ciò, a queste idee s'ispira e questi binari segue il progetto "La Roche che vorrei", presentato ieri a Milano dal presidente e amministratore delegato di Roche Spa, Maurizio de Cicco (nella foto il secondo da destra), a ideale corollario dei 120 anni appena compiuti dalla multinazionale svizzera. Sostanzialmente si tratta di una policy aziendale adottata sia da Roche Spa che da Fondazione Roche, in relazione ai cosiddetti "trasferimenti di valore". Tre le aree: donazioni liberali, incarichi di consulenza e partecipazione a eventi e congressi da parte dei medici. Le prime saranno assegnate a mezzo bando a enti di ricerca, strutture sanitarie e associazioni di pazienti, previo esame affidato a enti terzi e indipendenti.

Quanto alle consulenze ai clinici, la nuova modalità prevede la firma di contratto formale con l'ente di appartenenza, al quale spetta la decisione finale se l'azienda possa o meno confermare l'incarico. Terzo punto: la partecipazione degli operatori sanitari a eventi e congressi scientifici: Roche non li invita direttamente rimettendo la scelta al datore di lavoro.

Il parere della Fondazione Gimbe

Nino Cartabellotta plaude all'iniziativa di Roche. Interventato alla presentazione milanese, il presidente della Fondazione Gimbe (che peraltro ha curato uno [specifico report sui trasferimenti di valore da parte dell'industria farmaceutica italiana](#)) ha suggerito ulteriori possibili miglioramenti: 1) tendere ad azzerare i trasferimenti di valore in forma aggregata agli operatori sanitari; 2) le organizzazioni sanitarie e particolarmente i provider ECM che organizzano eventi, dovrebbero fornire rendiconti dettagliati, autorizzando le imprese alla diffusione dei dati (lo prevede anche il Sunshine Act in discussione al Senato); 3) occorre rendere disponibili i dati sui trasferimenti di valore in formato xls/CSV, riportando tutti i dati facoltativi.

Dal conflitto alla comunione di interessi

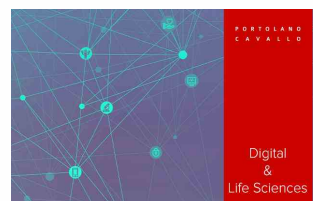
Tecnicismi a parte, l'intera questione ha molto a che fare con l'ineliminato stigma che comunque circonda l'industria del farmaco e in generale tutte le società che realizzano profitti intorno alla salute. Maurizio de Cicco ammette il problema, rilevando però che gli interessi non sono necessariamente divergenti e che gli strumenti di controllo esistono eccome. "Nel nostro settore il conflitto di interessi non è per forza patologico ma è intrinseco e va gestito. Un approccio solo teorico finisce per danneggiare gli stessi pazienti:


 Abbonati
 alla rivista

 Visita il sito www.hepaccross.it per cc
 il percorso diagnostico e scaricare l'ai
 per la gestione terapeutica della pato

Ricerca

RUBRICHE DIGITALI



EVENTI E FORMAZIONE



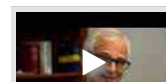
FOLLOW US



Nuove professioni nell'healthcare



VIDEO


 Europa nuovo hub
 per lo studio delle
 malattie rare.
 Profili...

noi abbiamo bisogno della collaborazione dei medici e della loro competenza. Su come fare ci confrontiamo con le associazioni pazienti, le società scientifiche e anche con Anac (sul punto vale la pena leggere la lunga intervista rilasciata due anni fa dal presidente [Raffaele Cantone](#), n.d.r.).

Del resto Farmindustria si è data un codice deontologico e un organo di controllo, c'è l'Anac che esamina i nostri atti e ci sono i provvedimenti regionali per prevenire la corruzione. Ora c'è anche il [Sunshine Act](#). Sicuramente la classe medica riferisce il proprio malessere nella relazione con l'industria: ne è un esempio il recente [articolo pubblicato da Bmj](#) in cui gli oncologi aderenti al Cipomo raccontano che in sette casi su dieci sentono di essere in conflitto di interessi, salvo omettere le richieste di contributi per eventi con i quali si potrebbe acquistare un monolocale a Milano..."

Il contesto della sanità pubblica

Considerate le risorse pubbliche assorbite dalla sanità (115-120 miliardi di euro l'anno, ovvero il 15% della spesa pubblica) non c'è dubbio che vada condotta una lotta senza quartiere a sprechi, inefficienze e corruzione. Questi i temi al centro dell'intervento di Carlo Cottarelli presidente dell'Osservatorio conti pubblici dell'Università Cattolica ed ex commissario alla Spending Review un paio di legislature orsono (anche in questo caso è utile approfondire quanto dichiarato ad Aboutpharma in una non lontana [intervista](#)). In particolare - secondo Cottarelli - sarebbe fondamentale - adottare prezzi di acquisto per economia di scala ("più compro meno spendo") tutelando la concorrenza e non prevedendo un'unica centrale di acquisto, dando trasparenza alle informazioni sui prezzi e facilità di accesso. Sempre in tema trasparenza, per Cottarelli va dato nuovo impulso alla legge 50/2016 (Codice degli appalti) soprattutto alla parte che imporrebbe alle centrali di acquisto regionali di rendere note le informazioni sui prezzi di acquisto dei beni (fermi al 2013...). "Non sappiamo quello che fanno le regioni e il ministero dell'Economia non raccoglie i dati se non quelli Consip".

Com'è fatta la reputazione

Il 53,4% degli italiani non sa valutare che tipo di impegno le farmaceutiche profondano in ambito etic&transparency e il 17,4% non sa se facciano o meno qualcosa. Quindi bisogna agire, progettare (es. Roche) e bisogna raccontare, tenendo presente che il 60% delle idee che si formano intorno a una società è veicolato dai media (il 40% dipende dall'esperienza diretta) e che "solo" il 20%-30% delle considerazioni formulate online ha un reale impatto sulla reputazione. Comunque sia vale decisamente la pena occuparsene. "Creare consapevolezza negli altri aumenta la reputazione", questo il mantra ripetuto a Milano da Michele Tesoro-Tess, amministratore delegato di Reputation Institute Italia e Svizzera.

Il manager informa la platea che in un'epoca dominata dalle masse partecipative attraverso web e social network le informazioni top-down non servono più. Si suggerisce pertanto alle aziende di migliorare gli aspetti più immediatamente percepibili e apprezzabili dalle masse medesime, al fine di ritagliarsi uno spazio nel loro ondivago cuore: in questo momento "tirano" molto inclusion&diversity, attività sociali, capacità di utilizzo dei dati, green economy e tutela ambientale. "Più le aziende se ne occupano, più ci mettono la faccia. più guadagnano in reputazione" dice Tesoro-Tess. Attenzione, però. "Dentro" la reputazione aziendale la sola componente etica, trasparenza, correttezza pesa più del 40% (il resto deriva soprattutto da prodotto, grado di innovazione, performance finanziarie e capacità di leadership). Un motivo in più per battere questa strada.

TAGS: [Anac](#) - [Carlo Cottarelli](#) - [Codice Appalti](#) - [Corruzione](#) -

[Fondazione Gimbe](#), [Nino Cartabellotta](#) - [Maurizio De Cicco](#) - [Michele Tesoro-Tess](#) - [Raffaele Cantone](#)

- [Reputation Institute](#), [Etica](#) - [Reputazione](#) - [Roche Spa](#) - [Trasparenza](#)

SHARE: [Twitter](#) [Salva](#) [Share](#) [Like](#) [Share](#) Sign Up to see what friends like

TI POTREBBE INTERESSARE ANCHE...



Cantone (Anac): "Per la sanità servono misure specifiche: sarà previsto un piano ispettivo ad hoc"



Corruzione, protocollo d'intesa Anac-Agenas



Corruzione in sanità: Lorenzin e Cantone presentano il nuovo piano



Corruzione, sanità ad alto rischio: malaffare in quattro strutture su dieci



Il IV Corso teorico-pratico in farmacia oncologica dell'Irsto...

Farmaci biologici e biosimilari 2018

FOTO



AboutPharma Digital Awards 2018



AboutFuture Leaders' Talk: i relatori



AboutPharma Digital Awards 2017

AZIENDE

Lameplast passa a Tekni-Plex

Parola d'ordine: curare di più la reputazione aziendale con etica e trasparenza
Corporate venture capital per investire in startup



ABOUTPHARMA | PUBLISHING | FORMAZIONE | HTA | JOB IN PHARMA | BOOK PHARMA | BIOSIMILARI

CONTATTI | CHI SIAMO | PRIVACY POLICY | CODICE ETICO | POLITICA QUALITÀ | CERTIFICAZIONE ISO 9001:2015

HPS Srl P.IVA 07106000966