

C'è il primario dell'Università di Roma che chiede più soldi a causa del suo ruolo. Poi il sistema a punti: più erano le ricette, più bella era la vacanza

Due milioni a paziente... il prezzo della corruzione

Soldi e regalie ai medici per la prescrizione di farmaci. La truffa nelle intercettazioni dei dipendenti Glaxo

DALL'INVIATO **Michele Sartori**

VERONA Dannati medici siciliani. Di congressi di studio non gliene frega niente. E allora, come deve invogliarli a prescrivere i suoi prodotti, un povero venditore della Glaxo? Lunga telefonata ad un superiore. Conclusione: «Se viene fuori che praticamente cento persone vogliono fare un convegno miliardario a Disneyland, vediamo se troviamo un convegno a Disneyland, che cazzo ti devo dire...».

Per fortuna, in Italia c'è anche gente più seria. Come un professorone friulano, un ematologo. Persona pratica, sulla quale due manager Glaxo si consultano telefonicamente così. Uno chiede, d'istinto: «Ganasce d'argento, d'oro o d'acciaio?». L'altro risponde: «No, no, è d'argento, guarda, è un principe, guarda, poverino, ecco, questo principe, per la modica somma di cinque vecchi cubi, ecco, ci farebbe, è già partito con l'azione, almeno diciamo, amanuense, un bel protocollino per l'utilizzo, molto simile immagino a quello di... per l'utilizzo dell'Ecan-tin».

Dura, vendere farmaci: cioè convincere medici e farmacisti a prescrivere. Anche se si è una multinazionale come la GlaxoSmithKline: sarà per questo che su 100.000 dipendenti sparsi per il globo, 40.000 si occupano di vendita. «Siamo un team globale di persone creative dedite alla costante ricerca di modi sempre nuovi e migliori per fare il nostro lavoro», si definiscono. Infatti. Adesso che un bel po' sono sotto inchiesta, si capisce di quale creatività parlino.

Non sarà anche quella che sprizza dalle eccitate e maiuscole e-mail preparate da un manager per stimolare gli «informatori scientifici», cioè i venditori? «VOI e soltanto VOI vivete quotidianamente a contatto diretto col CLIENTE... VOI siete i migliori conoscitori del comportamento prescrittivo del singolo medico... Abbiamo deciso di chiedere a ciascuno di voi di operare una targetizzazione o stratificazione dei medici di medicina generale... in base al loro potenziale prescrittivo... COSA FARE... Prima di tutto, sarà fondamentale operare una pulizia sul portafoglio-clienti disattivando circa il 15-20% dei medici assegnati in quanto da Voi attualmente considerati a potenziale molto basso/presoché nullo».

Eliminati i dottori restii a prescrivere i prodotti Glaxo, continua la lettera, gli altri andranno suddivisi in classi: «Classe A; Medici ad alto potenziale prescrittivo (elevato numero di pazienti, forte predisposizione alla prescrizione)... Classe B; Medici a medio potenziale prescrittivo... Classe C; Medici a basso potenziale prescrittivo (anziani nella fase finale o giovani all'inizio della professione)». Un campionario.

Questa lettera è del 15 settembre scorso. Il 16 ottobre ne parte un'altra, puntata a stimolare la diffusione di farmaci che stentano ad imporsi. Su uno,

Il sistema per «circuire» i dottori? Bastava dividerli in classi: via gli anziani nella fase finale e i giovani

il Pritor, borrellianamente «bisogna soltanto INSISTERE... poi INSISTERE e quindi ancora INSISTERE».

PRITOR se lo merita». Su un altro, la Lacipidina, bisogna «stringere di più il medico (base + specialista) sulla richiesta di prescrizione!!!». E così via. Perché, conclude il manager, «TUTTO PUÒ DIVENTARE POSSIBILE... anche L'IMPOSSIBILE».

L'impossibile va adeguatamente stimolato. Ed ecco alcune perle dalle 13.000 conversazioni telefoniche tra manager e venditori della Glaxo intercettate. C'è un direttore del Dipartimento di Scienze Cardiovascolari della Sapienza, a Roma; l'istituto ha già ricevuto dalla Glaxo venti milioni per un convegno: ma il medico chiede più soldi. Il manager Glaxo racconta a un collega l'incontro col primario: «Dice: ... state dando a un mio collaboratore... il Prof. xxx, ha fatto proprio nome e cognome (risata)... gli state dando come respiratorio settanta milioni all'anno per tre anni... io rimango un po' perplesso! (risata)... visto che poi il capo sono io!». Secondo manager: «Mamma mia!». Primo manager, ridendo: «Ci sono rimasto un po' come... com'è un allocco e ho fatto il pesce in barile... questi si aspettano in funzione a un grado diverso, quindi maggiore, anche di avere da parte nostra delle sensibilità e delle attenzioni in proporzione!». E aggiunge: lui gli ha



La sede italiana della multinazionale farmaceutica Glaxo Smith Kline

D-DAY/ANSA

proposto cinque milioni. «quello, hai capito?, m'ha guardato come a dire: ma lei fa il portinaio in azienda o che cosa?».

Colloquio tra due venditori in Puglia. Programmano un viaggio a Tricarico, dove un «loro» medico dà problemi. «Che fai, ci andiamo? Vieni?». «Sì, come no, anche perché devo andare a fare un cazzatone a quello stronzo». «Andiamo un po' a vedere...». «L'aggiù fa nu cazzatone perché non sta ordinando più un cazzo da una vita... Si è fottuto u congresso, ha fatto i cazzi suoi... Si è rilassato, hai capito?».

Sicilia. Due venditori si raccontano com'è andato un convegno scientifico. Spiega uno: «Diciamo che i ragazzi hanno suonato, i medici si sono divertiti, è stata una gita insomma. Meglio pagare direttamente i primari, come in un caso del Veneto: «Lui è il responsabile dello studio e con lui tacitiamo tutti, praticamente». E esigere con decisione i crediti, come in Friuli nei confronti di un funzionario ospedaliero che cineschia nelle ordinazioni: «Conosco questo economo, gliene dico quattro... è uno che è abituato a comprare saponette. È importante che chi sa, chi prende i soldi e i favori da noi... non dico che lui deve rivoluzionare le terapie o robe così... Ecco, una telefonatina... ecco, perché stiamo facendo grossi investimenti nell'Ente, e che perciò che non rompano i coglioni insomma, ecco».

Parlano di un meccanismo a punti, che dovrebbe riguardare i medici: più ne accumulano - evidentemente prescrivendo medicine - più esotica è la vacanza promessa. «Sì, perché con me i siciliani parlavano dell'Ecm, cioè, non gliene fotte un cazzo di acculturarsi, ma di avere i punti sì», continua il venditore. Il suo collega: «Dieci punti li vogliono». E di nuovo il primo: «Damasco tutto sommato sarebbe una bella meta, cioè è una bella idea, certo adesso abbiamo fatto 'sto primo carico». Il collega: «Anche perché abbia-

mo visto che quelli oltretutto ci fanno tutto quello che ci pare a noi o roba del genere, capito?». Soldi qua, viaggi là, computerini in regalo... Ma anche la Glaxo non è babbo Natale. Un manager si lamenta per la riduzione del budget: «Io ho fatto il calcolo che probabilmente, andando bene, noi potremmo avere da distribuire sì e no 4 miliardi, fai 5 miliardi, va bene, mi segui? 5 miliardi per 23 squadre sono praticamente 200 milioni a squadra... 20 milioni a collaboratore...». E intanto cresce l'appetito dei medici: a Nordest, per prescrivere prodotti Glaxo, «chiedono mille euro, cioè tu fa conto che mi chiedono mille euro, quelli che ragionano a paziente... Cioè chiedono quasi due milioni a paziente». E allora, risparmio. Meglio pagare direttamente i primari, come in un caso del Veneto: «Lui è il responsabile dello studio e con lui tacitiamo tutti, praticamente». E esigere con decisione i crediti, come in Friuli nei confronti di un funzionario ospedaliero che cineschia nelle ordinazioni: «Conosco questo economo, gliene dico quattro... è uno che è abituato a comprare saponette. È importante che chi sa, chi prende i soldi e i favori da noi... non dico che lui deve rivoluzionare le terapie o robe così... Ecco, una telefonatina... ecco, perché stiamo facendo grossi investimenti nell'Ente, e che perciò che non rompano i coglioni insomma, ecco».

l'intervista

Franco Bellè

venditore farmaceutico

Parla l'autore della «Malaricetta»: è la guerra della concorrenza. Oggi regalare viaggi è illegale... ma ci sono altri metodi

«Accettano in pochi, ma sono insaziabili»

Eva Benelli

ROMA Ha scelto l'anonimato per due più di due anni. E, da anonimo, ha scritto un libro: «La Mala-ricetta, dieci geniali mosse del marketing farmaceutico» (Fratelli Frilli editori, 176 pagine, 12,39 euro). Lo ha potuto fare perché per anni ha lavorato all'interno di una grande azienda. Anzi: «di tre diverse grandi aziende, tutte multinazionali», sottolinea. Ora Franco Bellè ha deciso che poteva scrollarsi di dosso la fatica di restare anonimo, «tanto - scherza - se volevano farmi del male hanno avuto tutto il tempo per farlo». Infatti, da informatore farmaceutico

ha avuto modo di vedere (ed è stato caldamente invitato a mettere in pratica) le strategie con cui le aziende del farmaco cercano di mantenere la propria fetta di mercato.

Come si fa a vendere un farmaco?

«Ci sono tanti modi, alcuni legittimi, altri legali, ma immorali, e altri ancora decisamente illegali. Per esempio, i famosi viaggi in località esotiche e di lusso, cui era così facile ricorrere fino a una decina di anni fa, oggi non sono più ammessi. Non è più possibile portare a spasso il medico di famiglia a spese dell'azienda, per convincerlo della bontà di questo o quel prodotto. O, meglio, non è più possibile farlo legal-

mente».

Ma perché le aziende ricorrono a questi mezzi, è così difficile promuovere un buon farmaco?

«La competizione è durissima. Lo è sempre stata, se vogliamo, e infatti questi trucchi esistono da decenni, ma oggi la concorrenza è più forte che mai. Il mercato è in mano a una quindicina di grandissime aziende e il giro d'affari complessivo è di centinaia di milioni di euro. E' una guerra dove anche la conquista di una piccola posizione conta».

Parliamo, quindi, di una concorrenza su prodotti simili?

«Non simili, identici! La competizione più feroce riguarda proprio le

molecole identiche che appartengono, però ad aziende diverse. Ed è facile capire: se il farmaco è identico, con la stessa efficacia, magari ugualmente rimborsato dal Servizio sanitario nazionale, in base a quale criterio un medico dovrebbe sceglierne uno piuttosto che un altro? E' qui che il favore, il regalo, l'aiuto possono fare la differenza».

Allora, non si tratta di far vendere il farmaco dannoso o quello inutile?

«No, questo magari poteva succedere una volta. Dopo il 1992, con l'istituzione del prontuario, è stato fatto un gran ripulisti. Oggi si compete per molecole tutte più o meno efficaci. Non

c'è un problema di danno alla salute, ma di cultura, di risorse sprecate. E' un meccanismo perverso che costa tantissimo alle aziende, che invece potrebbero dedicare una parte almeno di quelle risorse alla ricerca. Poi è un sistema che porta allo spreco perché comunque induce un eccesso di prescrizioni e, in questo caso, è il servizio pubblico che paga per prestazioni inutili. E poi magari non è in grado di assicurare altri servizi o deve mettere i ticket. Ed è anche un meccanismo che espone gli stessi informatori, che spesso sono i soli a rischiare».

In che modo?

«Le aziende di solito assicurano uno stipendio base, integrato con pre-

mi di produzione e incentivi. Formalmente, le strategie di vendita indicate dall'azienda sono tutte legali e corrette. Ma, a voce, senza lasciare nessuna traccia, gli informatori vengono spesso esortati a fare regali, promettere percentuali, viaggi, assistenza. E' successo anche a me, tante volte. E quando - è capitato - una procura si muove, apre una inchiesta, è sempre e solo l'informatore che ci va di mezzo, come se fossero iniziative personali».

E i medici ci stanno?

«Lo dico davvero senza piaggeria: la maggioranza dei medici è onesta. Certo, come in tutte le categorie, quelli disposti a lasciarsi convincere ci sono e a quel punto diventano insaziabili».

l'inchiesta

Duecento miliardi a medici e farmacisti

DALL'INVIATO

VERONA Pubblicità: la Glaxo «dona» ogni anno 175 miliardi di lire per progetti di assistenza sociale nel mondo. Inchiesta: solo in Italia, la Glaxo avrebbe donato 200 miliardi, nel biennio 2001-2002, a medici, farmacisti, amministratori pubblici, per indurli a prescrivere i propri prodotti. Un diluvio di regalie. Soldi, per lo più, oscillanti tra i 50 milioni a un primario friulano e le 50.000 lire di un medico di base; ma anche benefit vari, computer portatili, attrezzature mediche, corsi di aggiornamento e partecipazione a «medi-

cal tour», quei convegni in apparenza scientifici, spesso più turistici che altro, in luoghi come Montecarlo (durante il Gran Premio), Sharm-el-sheik, Berlino, Damasco.

E adesso è esplosa a Verona, dove ha la sede italiana il colosso farmaceutico, l'istruttoria forse più affollata della storia: 2.974 tra medici e manager coinvolti. Di questi, 72 sono denunciati per concorso in corruzione: l'amministratore della Gsk (GlaxoSmithKline) Kenneth Albert Di Pangrazio, molti manager e «informatori scientifici» della multinazionale, una quindicina tra docenti universitari e primari, medici e farmacisti ospedalieri. Per gli altri 2.902, tutti medici di base, specialisti o ospedalieri di 28 province (1202 al nord, 632 al centro, 1068 al sud), sono ipotizzati i reati-contravvenzione di «comparaggio» (l'accordo illecito tra casa farmaceutica e medico che prescrive prodotti in cambio di benefici) e concessione di premi pecunari o in natura. L'inchiesta, coordinata dal pm Antonino Condorelli e condotta dal Nucleo regionale polizia tributaria della Guardia

di Finanza, è nata da una normale verifica fiscale alla Glaxo, lo scorso luglio. Dai bilanci è emerso un sospetto capitolo di spese per benefit. Successivamente, la Finanza ha scoperto e sequestrato un programma informatico della Glaxo, denominato «Glove», nel quale erano inseriti i nomi dei medici «beneficiari», l'andamento delle loro ricette, il rapporto costi-ricavi per ciascuno. I medici coinvolti non solo prescrivevano i prodotti Glaxo preferendoli ad altri simili, e a volte meno costosi, ma ne prescrivevano più del necessario: e questo ha provocato anche una istruttoria parallela della Corte dei Conti. Il ministro della sanità Girolamo Sirchia lancia un appello: «Le forze pulite del paese insorgano, nell'interesse dei malati». Da ricordare: la Glaxo, nei primi anni novanta, era una delle aziende protagoniste in negativo di Mani Pulite, accusata di aver finanziato Duilio Poggolini e alcuni funzionari del Comitato Prezzi. Adesso i suoi portavoce esprimono «sorpresa» e volontà di «piena collaborazione».

m.s.

Giorni della memoria

«Foibe, gli irriducibili della menzogna». È il titolo con il quale il «Secolo d'Italia», il quotidiano di Alleanza Nazionale, va all'attacco de "l'Unità", il quotidiano fondato da Antonio Gramsci, per le cronache della giornata del 10 febbraio, anniversario del Trattato di pace che nel 1947 ha sancito il distacco dall'Italia delle terre d'Istria, Fiume e Dalmazia, dando il via alla tragedia di 350mila esuli giuliano-dalmati.

Molti quotidiani italiani, tra i quali "La Repubblica" e "l'Unità", per il Secolo «hanno scoperto forse per la prima volta gli eventi tragici del nostro confine orientale, frettolosamente archiviati dai libri di scuola come un banale effetto collaterale della guerra». Ma alla luce di una verità da sempre richiamata dalla destra, per il Secolo «suscita più commiserazione che rabbia la tenacia con cui gli ultimi giapponesi della guerra civile cercano di seminare odi insensati e bugie ormai svelate dalla storia». «Tra di essi - prosegue oggi il Secolo - c'è la solita Unità, che ieri, con un titolo emblematico in prima pagina («Foibe, all'inizio di tutto c'è il fascismo») ha riproposto la menzogna del diritto titino ad occupare terre demograficamente slave e ha attribuito al Pci il merito di aver riaperto con coraggio il dossier delle foibe e dei profughi. Compagni, rimettete gli orologi: siamo nel 2003 e non nel '47 - scrive il quotidiano di Alleanza Nazionale. E Ignazio La Russa, capogruppo di Alleanza Nazionale alla Camera, presentando la proposta di legge che ufficializza il 10 febbraio come giorno nazionale della memoria per gli esuli giuliano-dalmati, chiosa: «La risposta che l'Unità meritava è solo questa: all'inizio di tutto c'è il comunismo».

ANSA, 12 febbraio, ore 15.55

Il progetto di sfruttamento post-fascista del dramma dell'Istria, delle foibe e delle migliaia di vittime italiane di quegli eccidi, diventa, tragicamente, sempre più chiaro. Da destra occorre sradicare «Il giorno della memoria» dedicato allo Shoah. Occorre parlare d'altro per non restare inchiodati alla verità: tanti eventi terribili sono accaduti sotto regimi disumani come il nazismo e lo stalinismo. Ma uno - la persecuzione razziale - è un delitto italiano. E l'accurata e meticolosa collaborazione italiana allo sterminio di tutto un popolo in tutta Europa. Per questo occorre sviare sguardo e memoria sui delitti degli altri.

Per la pubblicità su **l'Unità**

RK publitcompas

MILANO, via G. Carducci 29, Tel. 02.244.24611
TORINO, c.so Massimo d'Azeglio 60, Tel. 011.6665211
ALESSANDRIA, via Cavour 58, Tel. 0131.44552
ADISTIA, piazza Chanoux 28/A, Tel. 0165.231424
ASTI, c.so Dante 80, Tel. 0141.351011
BARI, via Amendola 166/5, Tel. 080.5485111
BIELLA, viale Roma 5, Tel. 015.8491212
BOLOGNA, via Parmeggiani 8, Tel. 051.6494626
BOLOGNA, via del Borgo 101/A, Tel. 051.4210955
CAGLIARI, via Ravenna 24, Tel. 070.305250
CASALE MONF., via Corte d'Appello 4, Tel. 0142.452154
CATANIA, c.so Sicilia 37/43, Tel. 095.7306311
CATANZARO, via M. Greco 78, Tel. 0961.724090-725129
COSENZA, via Montesanto 39, Tel. 0984.72527
CUNEO, c.so Giolitti 21bis, Tel. 0171.609122
FIRENZE, via Don Minzoni 46, Tel. 055.561192-573668

FIRENZE, via Ciro Menotti 6, Tel. 055.2638635
GENOVA, via D'Annunzio 2/109, Tel. 010.53070.1
GOZZANO, via Cervino 13, Tel. 0322.913839
IMPERIA, via Affiari 10, Tel. 0183.273371 - 273373
LECCE, via Trinchese 87, Tel. 0833.314185
MESSINA, via U. Bonino 15/c, Tel. 090.65084.11
NOVARA, via Cavour 13, Tel. 0321.33341
PADOVA, via Mentana 6, Tel. 049.8734711
PALERMO, via Lincoln 19, Tel. 091.6230511
REGGIO C., via Diana 3, Tel. 0965.24478-9
REGGIO E., via Brigata Reggio 32, Tel. 0522.368511
ROMA, via Barberini 86, Tel. 06.4200891
SANREMO, via Roma 176, Tel. 019.501555-501556
SAVONA, p.zza Marconi 3/5, Tel. 019.814887-811182
SIRACUSA, via Teracati 39, Tel. 0931.412131
VERCELLI, via Verdi 40, Tel. 0161.250754

PER NECROLOGIE-ADESIONI-ANNIVERSARI TELEFONARE ALL'UFFICIO DI ZONA

Ciao

ANNA

meravigliosa indimenticabile amica.

Walter

Chicca, Bruno, Daria, Walter ricordano

ANNA MARIA RODARI

e ne piangono la scomparsa insieme a Maso.

Per Necrologie Adesioni Anniversari

RK publitcompas

Lunedì-Venerdì ore 9.00 - 13.00
 14.00 - 18.00

Sabato ore 9.00 - 12.00

l'Unità Abbonamenti

Tariffe 2003

		quotidiano		quotidiano + internet	internet
		Italia	estero		
12 MESI	7 GG	€ 267,01	€ 516,45	€ 277,01	€ 120,00
	6 GG	€ 229,31			
6 MESI	7 GG	€ 137,89	€ 309,87	€ 147,89	€ 60,00
	6 GG	€ 118,79			

Puoi scegliere tra le seguenti modalità di abbonamento:

- postale consegna giornaliera a domicilio
- coupon tagliando per il ritiro della copia in edicola

Come sottoscrivere l'abbonamento

- versamento sul C/C postale n° 48407035 intestato a Nuova Iniziativa Editoriale Spa Via dei Due Macelli 23 - 00187 Roma
- Bonifico bancario sul C/C bancario n° 22096 della BNL, Ag. Roma-Corso ABI 1005 - CAB 03240 (dall'estero Cod. Swift BNLIITRRBB)

carta di credito Visa o Mastercard (seguendo le indicazioni sul nostro sito www.unita.it)

Importante indicare nella causale se si tratta di abbonamento per coupon, per consegna a domicilio, per posta o internet

Per ulteriori informazioni scrivi a: abbonamenti@unita.it oppure telefona all'Ufficio Abbonamenti dal lunedì al venerdì dalle ore 10.00 alle ore 16.00 al numero 06.69646471 - fax 06.69646469