

Ci sono domande od obiezioni?

Francesco de Blasio

Sono le undici e trenta e sono seduto dietro la scrivania di Pino. Lui è impegnato in una riunione in Auditorium con gli uomini della sua forza vendite per spiegare le nuove strategie di marketing. Pino è il Group Product Manager dell'Area Respiratoria di una Azienda Farmaceutica che da anni opera in Pneumologia. Aspetto che lui finisca la riunione e poi avremo il tempo per discutere di un interessante progetto educativo dell'ACCP Capitolo Italiano. Stamattina sono partito presto dall'aeroporto di Napoli Capodichino ed ho trovato a Milano una splendida giornata di sole. L'autista del taxi dice che ogni volta che viene un napoletano a Milano, trova il tempo bello! Ditemi voi se non è un luogo comune, questo! Mentre aspetto, mi guardo intorno. Un bell'ufficio con una comoda poltrona. Una efficiente segretaria (Manuela) nella stanza affianco che ogni tanto mi chiede se ho bisogno di qualcosa. Alcune fotografie di due splendide bimbe – le figlie di Pino – che lui stesso ha scattato durante una vacanza di un po' di tempo fa (Adesso – precisa – sono molto cresciute. Quasi da non riconoscerle!). Una serie di appunti sparsi (Non mi sto impicciano degli affari suoi! Pino mi ha dato il permesso di stare lì al suo posto!) su riunioni, medical export meeting, iniziative editoriali, studi sperimentali in corso, etc. Seduto al computer, nell'attesa, sto completando alcune cose che avevo in sospeso. Non so a voi, ma a me succede sempre così. Ogni volta che parto, in treno o in aereo, mi porto dietro una serie infinita di cose che non ho avuto il tempo per finire a casa.

E penso. Certo, il suo è proprio un lavoro affascinante. Non mi lamento di quello che

faccio però, se me lo avessero proposto una ventina d'anni fa, un pensierino ce l'avrei fatto! Ricordo con piacere due colleghi napoletani, Giuseppe Di Benedetto e Maria Sarno, con i quali ho condiviso i primi anni di corsia presso la Cattedra di Pneumologia dell'Università di Napoli, che lasciarono per andare a lavorare (all'estero) per primarie Aziende Farmaceutiche multinazionali e che adesso occupano posti di grande responsabilità.

Lo confesso. Il Marketing Farmaceutico mi ha sempre affascinato. Si decidono importanti strategie e l'interessante fase di sviluppo e lancio di nuovi farmaci. Ho già avuto modo di esprimere ad amici e colleghi questo mio pensiero e mi sono sentito obbiettare che, in fondo, il medico specialista (specialmente se "Opinion Leader") già svolge un'importante azione di marketing, nel diffondere le conoscenze scientifiche e indirizzare le prescrizioni. Un concetto che potrebbe anche calzare, anche se mi sembra un po' tirato! La riunione è finita. Abbiamo parlato e definito i pochi punti ancora in dubbio. Il progetto vedrà presto la luce, come recita la normativa ministeriale, "con il contributo educativo di ...". Quali obiettivi? Che il Ministro sia contento; che i medici partecipanti apprezzino; che i pazienti, in conclusione, ne ricevano un beneficio. E poi? L'Azienda sponsor, probabilmente, ne riceverà un vantaggio in termini di aumento di fatturato.

Ci sono domande od obiezioni al riguardo?