



## Ministero della Salute

Direzione generale dei dispositivi medici e del servizio farmaceutico  
Uff.02  
Viale Giorgio Ribotta, 5 - 00144 Roma

Allegati: 1



FEDERFARMA  
PEC: federfarma@pec.federfarma.it

E p.c.  
Assessorati alla salute delle Regioni e  
delle Province Autonome

**OGGETTO:** Consegna in farmacia di buoni spesa a fronte di presentazione di ricette SSN.

Con riferimento all'allegata nota n. UL/AC/1468 del 2 novembre u.s., concernente l'oggetto, si rappresenta quanto segue.

Codesta Federazione chiede a questa Direzione Generale di esprimersi sulla compatibilità, con il sistema delle norme nazionali in materia di vendita al pubblico dei medicinali, di un'operazione, posta in essere in una farmacia, consistente nella consegna di un buono spesa, utilizzabile in acquisti successivi di parafarmaci o servizi, al cliente che presenta per la spedizione una ricetta del Servizio sanitario nazionale.

Com'è noto, la vigente normativa in tema di sconti praticati sull'acquisto dei farmaci, vieta concorsi, operazioni a premio e le vendite sottocosto aventi ad oggetto farmaci e impone che l'eventuale sconto praticato dal venditore al dettaglio sia chiaro al consumatore e sia praticato a tutti gli acquirenti (articolo 5 del decreto-legge del 4 luglio 2006, n.223, convertito in legge, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248).

L'art.11, comma 8, ultimo periodo, del decreto-legge 24 gennaio 2012, n.1, convertito in legge, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27, prevede che le farmacie possano praticare sconti sui prezzi di tutti i tipi di farmaci e prodotti venduti, pagati direttamente dai clienti, dandone adeguata informazione alla clientela.

Le norme sopraccitate non consentano né alle farmacie, né agli esercizi commerciali, di applicare sistemi che, nell'intento di fidelizzare i clienti, realizzino discriminazioni fra gli stessi nell'applicazione degli sconti sull'acquisto dei farmaci.

La ratio delle norme sopra richiamate è quello di evitare che pratiche commerciali finalizzate alla ricerca della clientela possano favorire il consumo dei medicinali o realizzare distinzioni, dirette o indirette, immediate o successive, tra clienti sul prezzo dei medicinali.

Il bene farmaco, in quanto strumento di cura delle malattie, è oggetto nel nostro ordinamento di una disciplina speciale che, tra l'altro, mira ad impedire che tale prodotto sia oggetto di pratiche commerciali potenzialmente idonee a causarne un consumo errato o un abuso con effetti nocivi sulla salute.

Più in particolare, il legislatore con il divieto di qualsivoglia operazione a premio o concorso connessa alla vendita di medicinali ha inteso impedire non solo, in concreto, che l'acquisto del medicinale sia condizionato da fattori diversi da quelli strettamente curativi, ma anche, a priori e più in generale, che il medicinale in quanto tale possa ricadere in meccanismi premiali rientranti *sic et simpliciter* in logiche concorrenziali e di consumo.

Alla luce di tale ratio, va da sé che la disposizione in questione sia applicabile non solo ai medicinali senza obbligo di prescrizione medica, ma anche ai medicinali prescritti dal medico.

Con specifico riferimento, poi, ai medicinali prescritti a carico del Servizio Sanitario Nazionale essi, come espressamente chiarito dal legislatore al richiamato art. 11, comma 6, ultimo periodo, del decreto-legge 24 gennaio 2012, n.1, così come convertito in legge, non possono essere oggetto di sconto alcuno da parte del farmacista, non essendo il relativo costo sostenuto dall'acquirente.

In relazione al quesito posto da codesta Federazione, fermo restando che la vigilanza sulle farmacie afferisce alle attribuzioni della Regione territorialmente competente e che pertanto esula dai compiti di questa Direzione la valutazione di casi concreti, in linea generale si rileva che l'iniziativa evidenziata, così come descritta, sembrerebbe non compatibile con le soprarichiamate disposizioni, realizzando di fatto un meccanismo premiale, connesso, in quanto accessorio e indissociabile, alla vendita di medicinali, che determina un vantaggio economico (sconto indiretto) derivante dall'acquisto del medicinale, financo a carico del Servizio Sanitario Nazionale, di cui, peraltro, beneficiano non già tutti gli acquirenti, bensì solo coloro che intendano effettuare ulteriori acquisti, sia pure di beni diversi dai farmaci, nella farmacia medesima.

La presente è inviata, per opportuna conoscenza, agli Assessorati alla salute delle Regioni e Province autonome.

IL DIRETTORE GENERALE

Dott. Achille Iachino



Referente  
Giampiero Camera  
Ufficio 2 DGDMF



**federfarma**  
**federazione nazionale unitaria**  
**dei titolari di farmacia italiani**

Roma, 2 novembre 2020

Uff.-Prot.n. UL/AC/14684

Oggetto: Consegna in farmacia di buoni spesa a fronte di presentazione di ricette SSN.

Spett.le  
Ministero della Salute  
Direzione generale dei dispositivi  
medici e del servizio farmaceutico  
Viale Giorgio Ribotta 5  
00144 Roma  
[dgfdm@postacert.sanita.it](mailto:dgfdm@postacert.sanita.it)

Questa Federazione ritiene doveroso segnalare un'iniziativa, intrapresa sul territorio nazionale in alcune farmacie del Gruppo "Dr.Max", al fine di consentire a codesta Direzione Generale, nell'ambito delle proprie istituzionali competenze di vigilanza sul servizio farmaceutico italiano, di verificare la conformità dell'iniziativa stessa alle disposizioni che informano il vigente Ordinamento farmaceutico e, se del caso, l'adozione di provvedimenti correttivi.

In particolare, l'iniziativa che la scrivente sottopone all'attenzione di codesta Direzione Generale consiste nella consegna in farmacia di un buono spesa, utilizzabile in acquisti successivi di parafarmaci o servizi, a fronte di ogni ricetta del Servizio sanitario nazionale, cartacea o dematerializzata, presentata per la spedizione.

Nel rimettersi alle valutazioni che codesta Direzione Generale svilupperà, la scrivente intende fornire sulla questione le proprie riflessioni.

Anzitutto, si rileva che l'iniziativa comprende due tipologie di cessione: una relativa a medicinali erogati dal SSN, una relativa a parafarmaci o servizi.

**Tuttavia, parrebbe coerente affermare che tali attività di cessione, apparentemente distinte, siano da esaminarsi e valutarsi unitariamente, atteso che il buono spesa di un euro, ancorché utilizzabile all'atto di un successivo acquisto di parafarmaci o servizi, è consegnato contestualmente all'acquisizione di medicinali etici.**

Tanto premesso, si rileva che in materia di fornitura al pubblico dei medicinali e, nello specifico, in ordine alle iniziative promozionali, il Legislatore ha inteso dettare vincoli inderogabili.

In tema di sconti sui farmaci l'art. 5, comma 3, del citato d.l. n. 223/2006, recita che *<<Ciascun distributore al dettaglio può determinare liberamente lo sconto sul prezzo indicato dal produttore o dal distributore sulla confezione del farmaco rientrante nelle categorie di cui al comma 1, purché lo sconto sia esposto in modo leggibile e chiaro al consumatore e sia praticato a tutti gli acquirenti. Ogni clausola contrattuale contraria è nulla.>>*

Tale disposizione è stata ribadita dall'art. 11, comma 8, della l. n. 27/2012, che ha ammesso la possibilità per la farmacia di praticare sconti su tutti i farmaci e prodotti pagati direttamente dai clienti, dandone adeguata comunicazione alla clientela.



Inoltre, ai sensi dell'art. 5, comma 2, del d.l. n. 223/2006, convertito in l. n. 248/2006 <<sono, comunque, vietati i concorsi, le operazioni a premio e le vendite sotto costo aventi ad oggetto farmaci>>.

Tale principio viene ribadito anche nell'art. 8, comma 1, del DPR n. 430/2001 recante la disciplina delle operazioni a premio: <<**non è consentito lo svolgimento di manifestazioni a premio quando... vi è lo scopo di favorire la conoscenza o la vendita di prodotti per i quali sono previsti, da disposizioni legislative, divieti alla pubblicità o altre forme di comunicazione commerciale**>>.

Eloquente, a proposito, una circolare esplicativa del Ministero delle attività produttive: <<*Il Regolamento, all'articolo 8, tratta le manifestazioni a premio "vietate", per le quali, quindi, vi è il divieto di svolgimento, la cui violazione comporta l'irrogazione, a carico dei trasgressori, di pesanti sanzioni. Oltre a quelle che violano le principali disposizioni del Regolamento, non sono lecite le manifestazioni a premio in cui ... (omissis).... lo scopo è quello di favorire la conoscenza o la vendita di prodotti per i quali la legge vieta la pubblicità o altre forme di comunicazione commerciale. In questo caso si tratta di un evidente richiamo ad una puntuale ottemperanza di quelle norme che, non consentendo la comunicazione commerciale di determinati prodotti o servizi, hanno come scopo ultimo una più generale ed indistinta tutela del pubblico interesse. Rientrano in tale fattispecie le manifestazioni a premi aventi ad oggetto i prodotti da fumo (la legge 10 aprile 1962, n.165 reca il divieto assoluto di propaganda pubblicitaria) e i prodotti farmaceutici o specialità medicinali (divieto posto dal D.Lgs.30 dicembre 1992, n.541 ai prodotti che possono essere forniti solo dietro presentazione di ricetta medica o che contengono sostanze psicotrope o stupefacenti).*>> (Circ. 28/3/2002).

La consegna di un buono spesa a fronte di una ricetta, seppur spendibile per l'acquisto di parafarmaci o servizi, parrebbe porsi in contrasto con tale assunto.

Da parte sua, il Ministero della Salute, con parere del 16 marzo 2012 reso alla Federazione degli ordini dei farmacisti, commentando le sopra ricordate norme, ha affermato che la farmacia non può praticare, in base alla clientela, sconti differenziati sui farmaci e che **in ogni caso non sono ammesse, per i medicinali, misure promozionali che vadano al di là del mero "sconto" sul prezzo di vendita.**

Coerentemente a tale assunto, la Federazione degli ordini dei farmacisti, con circolare del 19 settembre 2012, ha affermato che **non è consentito realizzare "sistemi di fidelizzazione dei clienti che comportino discriminazioni fra gli stessi nell'applicazione degli sconti sui prezzi dei farmaci ... (né, ndr) ... applicare alla vendita di farmaci modalità promozionali quali la vendita 3x2".**

Principi ribaditi dalla predetta Federazione con circolare del 16 novembre 2017.

Dunque, la conformità dell'iniziativa segnalata, parrebbe suscettibile di essere valutata sotto molteplici profili.

Restando a disposizione per ogni eventuale chiarimento, si porgono distinti saluti.

IL PRESIDENTE  
(Dott. Marco COSSOLO)