

IL NUOVO ECM DOPO L'APPROVAZIONE IN CONFERENZA STATO-REGIONI: COSA CAMBIA IN TEMA DI CONGRESSI E CONVEGNI PER L'AZIENDA FARMACEUTICA E PER IL PROVIDER

**ENTI ACCREDITATI, SOCIETA' SCIENTIFICHE,
ORDINI, AGENZIE DI SERVIZI. EVENTI NO-AIFA.
CONFLITTO D'INTERESSE, INCARICO RELATORI,
RECLUTAMENTO PARTECIPANTI. AUTONOMIA
REGIONALE. COMPLIANCE D.LGS.231/01. FISCALITA'**

Milano, 13 giugno 2012

Corso Buenos Aires, 3 (Hotel BW Colombo)

Ore 11,00-18,00



Il Mondo degli Eventi sponsorizzati dalle aziende farmaceutiche si sta evolvendo senza grandi clamori, ma con velocità.

La nuova normativa della Commissione Nazionale Ecm in vigore dal maggio 2010 aveva già determinato una sensibile diminuzione del numero dei Provider, un nuovo ruolo di Ordini e Collegi, la conferma dei rigidi paletti fissati dai codici deontologici (es. Farindustria). La recentissima approvazione del nuovo Sistema in Conferenza Stato-Regioni (19 aprile 2012) introduce qualche novità in tema di reclutamento dei partecipanti e limite al numero di crediti formativi, si accolgono le richieste di maggiore autonomia da parte delle Regioni, confermando il doppio binario, regionale e nazionale, del nuovo ECM, e sono stati, infine, precisati gli obiettivi formativi e le aree tematiche per le quali si auspica l'offerta di eventi ECM, ponendo limiti ai corsi sulle medicine non convenzionali.

Contestualmente ai cambiamenti in atto nelle strategie di mercato delle aziende farmaceutiche, si registra un'inevitabile cambiamento dell'anima' della formazione sponsorizzata in medicina.

La sponsorizzazione dell'Evento appare sempre meno attratto dal marketing operativo per rientrare in un logica di strategia di medio-lungo periodo. Occorrerà, pertanto, non sbagliare e saper scegliere la tipologia adatta dell'evento e individuare i criteri per l'attribuzione degli ECM, prevenire qualsiasi conflitto d'interesse nella scelta dei relatori, del provider, della società di servizi e nel reclutamento dei partecipanti.

Obiettivo dell'incontro è offrire una guida alle pratiche più efficaci in tema di organizzazione di un convegno o di un congresso in ambito medico-scientifico adottate da aziende farmaceutiche a distanza di due anni dall'entrata in vigore del nuovo Sistema ed alla luce delle novità emerse nel corso della sua approvazione in Conferenza Stato-Regioni.

Programma

La formazione ECM in vigore dal 1 maggio 2010, l'approvazione del nuovo Sistema in Conferenza Stato-Regioni (aprile 2012)

L'accreditamento del provider e gli enti accreditanti. Il ruolo dello sponsor, l'individuazione dei destinatari

Il nuovo ruolo della Società Scientifica, del Provider, dell'Agenzia di Servizi. I nuovi spazi assegnati a Ordini, Collegi, Associazioni Professionali

L'incarico dei relatori e gli inviti al personale medico-sanitario. Dossier formativo dei relatori e certificazioni da parte degli Ordini

Il processo del reclutamento dei partecipanti negli eventi mono e plurisponsor: le novità dell'aprile 2012. Il limite dei crediti formativi

L'autonomia delle Regioni individuata in Conferenza Stato-Regioni. Cosa accade in caso di significativa difformità con il Sistema Nazionale.

Codice deontologico Farmaindustria: procedure amministrative, privacy, conflitti d'interesse, criteri di economicità, rimborsi spese, limitazioni quantitative e durata degli eventi

L'evento ECM 'puro' e quello legato a principi attivi e/o patologie. Sponsorizzazione ECM: promozione dell'azienda e/o dei prodotti farmaceutici? Le potenzialità della sponsorizzazione dell'Evento No-Aifa

Definizione in Conferenza Stato-Regioni degli obiettivi formativi e delle aree tematiche per le quali si auspica l'offerta di eventi ECM. limiti alle medicine non convenzionali.

I conflitti d'interesse in ambito Sanità ed eventi ECM. I soggetti interessati: provider, sponsor, docenti. Autocertificazione: oggetto, limiti e modalità di compilazione.

Compliance aziendale ed ultime novità in tema di ECM. I rischi ex d.lgs. 231/01 con riferimento a incarichi dei relatori e agli inviti. Le consulenze. I contratti di sponsorizzazione

L'individuazione dell'evento a fini fiscali: pubblicità o rappresentanza? La configurabilità di spese di pubblicità istituzionale nell'ambito di eventi con finalità educative e formative.

Provider, enti no-profit, fiscalità e possibilità di conseguire utili

Destinatari

Aziende Farmaceutiche/Medical Device: Ufficio Convegni e Congressi, Direzione Medica, Direzione Marketing, Direzione Commerciale, Direzione Amministrativa/Legale; Provider, Società Scientifiche, Ordini, Fondazioni

Relatori

Dr. **Alfredo Bertini** - Governance, Quality & Safety Manager Legal, Governance & Compliance Roche Group

Dr. **Antonio Campanini** - Dottore commercialista, membro ODV di aziende farmaceutiche

Dr. ssa **Sara Tinozzi** - Segreteria Organizzativa e Provider ECM Studio Congressi srl