



COMUNICATO STAMPA

Farmaci equivalenti: il trend è in ascesa, ma per certe categorie di persone la mentalità è ancora dura da cambiare

1 giugno 2022 - L'ingresso dei farmaci equivalenti nel mercato farmaceutico mondiale è un fenomeno di notevole interesse in termini economico-sociali, che dovrebbe aver modificato significativamente sia le strategie aziendali, sia i comportamenti di tutti gli attori coinvolti nella filiera assistenziale.

Eppure, ad oggi, esistono ancora grosse sacche di resistenza nel nostro Paese tra operatori del settore e soprattutto pazienti, ai quali le informazioni arrivano senza opportuni approfondimenti e da fonti spesso prive di autorevolezza in materia.

Motore Sanità, in occasione dell'evento con focus Veneto **"IL RUOLO SOCIALE DEL FARMACO EQUIVALENTE – CALL TO ACTION"**, ha voluto fare chiarezza su questi aspetti con il supporto dei più autorevoli esperti, condividendo strumenti utili per una migliore scelta e buone pratiche disponibili già messe in atto. **Questo progetto è stato realizzato grazie al contributo incondizionato di Teva Italia S.r.l.**

Così **Francesca Bano**, Direttore Assistenza Farmaceutica Territoriale ULSS 6 Euganea: *"I farmaci equivalenti sono terapie efficaci a costi contenuti e rappresentano un'opportunità per liberare risorse per il Servizio Sanitario Nazionale, mantenendo invariata la qualità dell'assistenza. Nell'ULSS 6 Euganea vi è una buona adesione all'utilizzo dei farmaci equivalenti rispetto alle media nazionale e regionale, ma la spesa per la compartecipazione alla spesa da parte del cittadino per il ricorso al brand risulta comunque ancora molto elevata; vi è pertanto la necessità a livello aziendale di mettere in atto iniziative per una corretta informazione e maggior sensibilizzazione all'utilizzo dei farmaci equivalenti"*.

"Con l'avvento ufficiale dei generici (Legge 405 del 2011), è mancata la vera e corretta comunicazione", spiega Franco Gariboldi Muschietti, Presidente di FarmacieUnite. "Da qui la diffidenza del cittadino, del farmacista stesso e penso anche dei medici. Adesso invece siamo in un momento di crescita, anche se non paragonabile alla situazione di altri Paesi europei, dove il

generico è molto più utilizzato. **La cultura del generico in Italia è recente. Ci sono in questo momento 3 categorie di persone: i giovani orientati al generico, i meno giovani che a volte hanno qualche titubanza e gli anziani che hanno molta difficoltà al cambio.** La possibilità di incentivare i generici dipende proprio da queste propensioni: molto può fare prima di tutto il medico di base, che è il primo contatto diretto con il paziente, ma anche il farmacista, che gode di molta credibilità e di fiducia. Purtroppo la media si abbassa in certe zone d'Italia, dove molte persone non vogliono il generico perché pensano che il farmaco che funzioni meglio sia quello che costa di più. **La mentalità è dura da cambiare**".

Diffidenze, fra l'altro, **tipiche di noi italiani**, ha sottolineato **Andrea Bellon**, Presidente Federfarma Veneto: **"Che riflettono le statistiche sull'indice di fiducia delle Istituzioni. In generale più basso al Sud rispetto che al Nord. Credo che come farmacisti potremmo fare di più"**.

D'accordo su questo concetto anche **Maria Teresa Gallea**, FIMMG Padova: **"La differenza la fanno i professionisti, molti dei quali sono riusciti a far passare il concetto che l'equivalente ha la stessa efficacia del branded. Resta però il fatto che ci sia ancora molto da lavorare"**.

Ufficio stampa Motore Sanità

comunicazione@motoresanita.it

Laura Avalle - Cell. 320 098 1950

Liliana Carbone - Cell. 347 2642114

Marco Biondi - Cell. 327 8920962

www.motoresanita.it