

# DOCUMENTO DI SINTESI



[www.motoresanita.it](http://www.motoresanita.it)

# IL RUOLO SOCIALE DEL FARMACO EQUIVALENTE

CALL TO ACTION

**3 Luglio 2024**  
dalle **10.30** alle **13.00**

**PERUGIA**  
**Sala Fiume – Palazzo Donini**  
Corso Vannucci, 96

Con il patrocinio di



**Regione Umbria**  
Assemblea legislativa



## INTRODUZIONE

La promozione dell'uso dei farmaci equivalenti è fondamentale per ottimizzare i costi e migliorare l'accesso alle cure. In Italia, la spesa per i farmaci equivalenti è ancora bassa rispetto ad altri paesi europei, con un elevato differenziale di prezzo pagato dai cittadini per i farmaci di marca. Il 2023 ha visto una spesa di oltre 1 miliardo di euro a carico dei cittadini per farmaci di marca più costosi, nonostante i farmaci equivalenti siano interamente rimborsati dal SSN.

A livello regionale l'Umbria, pur posizionandosi leggermente al di sotto della media nazionale, ha mostrato progressi significativi, con un aumento del 15% nell'uso dei farmaci equivalenti nella provincia di Perugia nel 2024.

È essenziale continuare a promuovere la corretta informazione e formazione sui benefici dei farmaci equivalenti per migliorare ulteriormente l'adozione e ridurre le spese a carico dei cittadini.



## PUNTI EMERSI

1. L'uso dei farmaci equivalenti nella provincia di Perugia è aumentato grazie a iniziative di sensibilizzazione che hanno evidenziato i benefici economici e terapeutici di tali farmaci. Questo ha portato a un cambiamento positivo nelle abitudini di consumo, riducendo la spesa farmaceutica e migliorando l'accesso ai trattamenti. Tuttavia, persiste un problema culturale di informazione e formazione che necessita di ulteriori interventi per migliorare la preparazione di medici, pediatri e farmacisti.
2. A livello regionale, l'Usl Umbria 1 si posiziona nella media nazionale per l'uso di farmaci equivalenti, con risultati intermedi tra Sud e Nord Italia. I cittadini umbri spendono annualmente circa 15 milioni di euro in più per farmaci di marca. Per promuovere ulteriormente gli equivalenti, sono state avviate azioni di sensibilizzazione e informazione, tra cui una circolare dell'Usl Umbria 1 ai medici e direttori di distretto.
3. Le campagne di sensibilizzazione devono enfatizzare i benefici economici e clinici degli equivalenti e includere corsi di aggiornamento per i professionisti sanitari. È importante che le linee guida cliniche raccomandino l'uso degli equivalenti e che le politiche incentivino la loro rimborsabilità, riducendo i costi per i pazienti. La comunicazione chiara e il supporto ai farmacisti sono essenziali per migliorare l'adesione alle terapie e aumentare la penetrazione degli equivalenti, specialmente tra le fasce sociali meno informate ed economicamente più vulnerabili.



## ACTION POINTS

- **Migliorare la formazione:** rafforzare la preparazione di medici, pediatri e farmacisti sui farmaci equivalenti attraverso corsi di aggiornamento e formazione continua.
- **Promuovere la sensibilizzazione:** implementare campagne di sensibilizzazione sui benefici economici e clinici dei farmaci equivalenti, rivolte a cittadini, prescrittori e farmacisti.
- **Incentivare la rimborsabilità:** adottare politiche che incentivino la rimborsabilità dei farmaci equivalenti e riducano i costi per i pazienti.
- **Aggiornare le linee guida cliniche:** integrare raccomandazioni specifiche sull'uso dei farmaci equivalenti nelle linee guida cliniche.
- **Supportare i farmacisti:** fornire supporto ai farmacisti per incoraggiarli nella prescrizione dei farmaci equivalenti e garantire una comunicazione efficace con i pazienti riguardo ai benefici degli equivalenti.
- **Investire nel Sistema:** collaborare tra istituzioni, medici, farmacisti e aziende farmaceutiche per potenziare l'uso dei farmaci equivalenti e garantire una maggiore adesione a livello regionale e nazionale.



## CONCLUSIONI

Il sistema sanitario universale ed equo italiano ha sempre puntato su percorsi di sostenibilità, ma le sfide future saranno più complesse a causa della crescita economica modesta e del fondo sanitario sempre più limitato. È essenziale utilizzare risorse in modo efficiente, sviluppando nuove strategie per migliorare la salute senza compromettere il beneficio ai pazienti.

È fondamentale creare un modello di comunicazione semplice, efficace e diretto, con il coinvolgimento di medici specialisti, medici di medicina generale, pediatri e rappresentanti della cittadinanza attiva. Questa comunicazione deve essere ben strutturata e comprendere strumenti di monitoraggio efficaci. Il monitoraggio non è solo un controllo, ma uno strumento per valutare i progressi e identificare le aree di miglioramento.

Inoltre, è positivo che l'industria stia dimostrando una crescente capacità di ascolto e risposta ai bisogni, traducendoli in soluzioni concrete per affrontare i problemi sanitari. Questo approccio è un passo avanti significativo verso la risoluzione delle sfide sanitarie, grandi e piccole.



## SONO INTERVENUTI

**Valerio Biglione**, Direzione Scientifica di Motore Sanità

**Chiara Calzoni**, Vice Segretario FIMMG Perugia

**Andrea Caprodossi**, Responsabile del Servizio Farmaceutico UsI Umbria 1

**Luca Coletto**, Assessore alla Salute e Politiche Sociali Regione Umbria

**Massimo D'Angelo**, Direttore Regionale di Salute e Welfare della Regione Umbria

**Alberto Giovanzana**, Associate Director Government & Regional Affairs Teva Italia

**Giulio Lattanzi**, Consigliere Federfarma Perugia

**Nicola Nardella**, Direttore Generale USL Umbria 1

**Filiberto Orlacchio**, Presidente FOFI, Provincia di Perugia

**Luca Tedeschi**, Vice Segretario Regionale SIMG, Regione Umbria



Questo progetto è stato realizzato grazie al contributo incondizionato di Teva Italia S.r.l.



Comunicazione e redazione stampa  
a cura di **[www.mondosanita.it](http://www.mondosanita.it)**

Registrati e ottieni le nostre  
**rassegne stampa** in esclusiva

**ORGANIZZAZIONE e SEGRETERIA**

**Anna Maria Malpezzi** - 329 9744772

**Cristiana Arione** - 328 8443678

**[segreteria@panaceascs.com](mailto:segreteria@panaceascs.com)**



**MOTORE  
SANITA**  
Cure the Future

**panacea**



[www.motoresanita.it](http://www.motoresanita.it)

