

COMUNICATO STAMPA

Farmaci equivalenti, la Toscana è fra le regioni che ne consuma di più, ma serve abbattere le barriere culturali ancora esistenti

Pistoia, 8 maggio 2025 – Pistoia è la seconda tappa della road map **‘Il ruolo sociale del farmaco equivalente – Call to action’**, organizzata da Motore Sanità con il contributo incondizionato di Teva, che ha l’obiettivo di accrescere la consapevolezza sul ruolo sociale del farmaco equivalente, quale opportunità di cura valida per il cittadino e opportunità di sostenibilità per il nostro Servizio sanitario nazionale. **Necessario ampliare la penetrazione del farmaco equivalente nel mercato a brevetto scaduto.**

Nonostante tutti gli sforzi fatti a livello nazionale e regionale, il consumo di farmaci equivalenti è ancora molto basso rispetto ai quelli brand. L’Italia in confronto ad altri paesi europei è fra le nazioni che ne fanno minor utilizzo, anche se **la Toscana è fra le regioni che ne consuma di più.**

“L’adozione dei farmaci generici ha rappresentato e continua a rappresentare in tutti i Paesi del mondo uno strumento in grado di garantire la presenza sul mercato di validi strumenti terapeutici e, contestualmente, la possibilità di liberare risorse economiche da investire nell’ingresso dei nuovi medicinali salvavita (biologici, biotecnologici, terapie avanzate), destinati ad eradicare patologie ad oggi incurabili - ha dichiarato **Eleonora Pavone**, Direttore Dipartimento del Farmaco ASL Toscana Centro e Direttore Soc Governance Farmaceutica ASL Toscana Centro -. In questa Asl da anni ormai viene fatta capillare informazione ai medici di medicina generale al fine di incentivare l'utilizzo dei farmaci generici e di informare adeguatamente i propri pazienti sull'equivalenza della loro efficacia rispetto al brand. Infatti, **la nota dolente del sistema farmaci equivalenti è la scarsa fiducia dei pazienti nel loro utilizzo che li porta a spendere di tasca propria ogni anno in Toscana oltre 50 milioni di euro.** Presso l’Asl Toscana Centro nel 2024 **gli assistiti hanno speso oltre 19 milioni euro** che, se valorizzati in termini di spesa pro capite, **corrispondono a 11,98 euro che ogni anno un nostro assistito spende per garantirsi la cura terapeutica con i farmaci brand”.**

Accanto ai dati, un’evidenza: “Dal confronto della spesa pro capite sostenuta dai residenti in ASL Toscana Centro e quella dei cittadini delle altre due Asl limitrofe emerge però una sostanziale differenza che dimostrerebbe una **"maggiore fiducia dei nostri assistiti" verso i farmaci generici.** Evidentemente l'informazione rivolta ai medici ha influenzato anche il paziente nell’accettare il farmaco equivalente” ha evidenziato Pavone. Restano degli **ostacoli**, tuttavia: **sono molte le componenti socio-sanitarie ma anche culturali che influenzano la scelta dell’equivalente in sostituzione del farmaco brand** “ma, come rappresentanti del sistema sanitario dobbiamo continuare a contrastare quei fenomeni che ne rallentano lo sviluppo perché è inaccettabile accettare che i nostri assistiti credano che per curarsi bene si debba pagare la differenza” ha concluso Pavone.

Secondo **Andrea Giacomelli**, Presidente di Federfarma Toscana e Pistoia “è fondamentale che tutti parlino lo stesso linguaggio e diffondano gli stessi messaggi. È necessario che tutti gli operatori sanitari siano coinvolti e che tutti ricevano informazioni indipendenti e autorevoli sui farmaci equivalenti, e che Istituzioni supportino il processo, promuovendo esse stesse campagne e iniziative per fare cultura sul farmaco e sul farmaco equivalente, in particolare. Bisogna che il paziente sia messo al centro di un processo di crescita culturale, basato su un flusso di informazioni tra tutti gli operatori del territorio e i presidi sanitari pubblici. Solo in questo modo si raggiungerà l’obiettivo di diffondere la cultura del corretto uso del farmaco e del corretto utilizzo dei medicinali equivalenti”. E sul ruolo del farmacista ha aggiunto: “Il farmacista non può essere lasciato solo nell’opera di promozione dell’equivalente”, ricordando che dal varo della legge n. 405/2001, le farmacie sono state attori del sistema, dando un contributo estremamente rilevante alla conoscenza e alla diffusione degli equivalenti, dovendo affrontare, peraltro, forti diffidenze e polemiche strumentali sulla loro efficacia”.

Sul **ruolo del medico di medicina generale** in questa partita, è intervenuto **Giuseppe Pace**, Segretario FIMMG Pistoia, spiegando che quando si parla di farmaci equivalenti diventa importante il ruolo del medico di medicina generale nel supportare l’assistito nella scelta consapevole. “Possiamo far capire al nostro paziente che il corretto uso delle risorse porta ad un miglioramento di tutto il sistema sanitario di cui i cittadini fanno parte e di cui i cittadini stessi sono i primi beneficiari. La collaborazione con i farmacisti e le istituzioni è necessaria per fare comprendere questi vantaggi”.

Massimo Schirru, Vice Presidente Cittadinanzattiva Toscana, ha portato la voce dei pazienti spiegando l’impegno di Cittadinanzattiva che, attraverso i propri sportelli di ascolto, è quotidianamente attiva nel dare le corrette informazioni in campo sanitario e ha realizzato materiale per un’adeguata campagna informativa. “Nonostante questo, restano resistenze soprattutto nelle fasce di età più avanzate e legate a consolidate abitudini. Cittadinanzattiva già quest’anno di è attivata in una campagna per monitorare la tipologia di servizi messi in atto dalle farmacie, obbligando a mettere in evidenza sotto il nome commerciale quello del principio attivo” ha concluso Schirru.

Ufficio stampa Motore Sanità
comunicazione@motoresanita.it
Liliana Carbone – 347 2642114
Stefano Sermonti – 338 1579457
www.motoresanita.it