

COMUNICATO STAMPA

Gli italiani e i farmaci equivalenti: cresce lentamente la fiducia ma serve una grande campagna di informazione e comunicazione rivolta a cittadini e operatori sanitari

Ecco le azioni-chiave di Cittadinanzattiva Friuli-Venezia Giulia, per una migliore comunicazione, informazione, formazione e prescrizione del farmaco equivalente

Dalle indagini, emerge che il ricorso alle cure equivalenti viene privilegiato al Nord (con il 39,8% delle confezioni vendute) rispetto al Centro (29%) e al Sud (23,7%), a fronte di una media italiana del 32%. L'incidenza maggiore di consumo è nella provincia autonoma di Trento (44,7%), in Friuli Venezia Giulia (41,9%), in Piemonte (40%). In coda sono Sicilia (22,7%), Campania (21,9%), Calabria (21,7%).

Udine, 17 aprile 2025 – Qual è il rapporto tra gli italiani e i farmaci equivalenti? Cresce molto lentamente la fiducia dei cittadini verso l'equivalente, ma c'è ancora molta strada da fare. **Proprio per accrescere la consapevolezza sul ruolo sociale dell'equivalente, quale opportunità di cura valida per il cittadino e opportunità di sostenibilità per il nostro Servizio sanitario nazionale, è partita da Udine, la road map di Motore Sanità, un progetto virtuoso realizzato grazie al contributo incondizionato di Teva Italia S.r.l.** Durante l'evento Cittadinanzattiva Friuli-Venezia Giulia ha presentato uno spaccato del rapporto che i cittadini hanno con i farmaci equivalenti: piccoli e grandi passi si stanno compiendo, ma c'è ancora molto da fare.

Una cartina tornasole è rappresentata dalla nota **campagna "ioequivalgo"** di Cittadinanzattiva, che, dal 2016, ha raggiunto tutte le regioni d'Italia con i suoi villaggi allestiti nelle piazze e negli atenei dove le persone hanno potuto ricevere informazioni attraverso il colloquio diretto con professionisti della salute, attraverso i leaflet e il sito web <http://www.ioequivalgo.it> e attraverso l'app costantemente aggiornata dal partner tecnico Farmadati. L'attuale edizione attualmente in corso, ha indagato le ragioni per cui al Sud, ed in particolare nelle regioni pilota Campania e Sicilia, il ricorso ai farmaci equivalenti sia così ridotto, a fronte di un reddito procapite mediamente più basso rispetto alle Regioni del Nord, dove il consumo degli equivalenti è ormai pratica consolidata.

Come emerge dall'ultimo Report realizzato dal Centro Studi di Egualea, **nel 2023 i cittadini hanno versato di tasca propria 1.029 milioni di euro di differenziale di prezzo per ritirare il brand off patent - più costoso - invece che il generico equivalente - a minor costo - interamente rimborsato dal Servizio sanitario nazionale.** Il report evidenzia che **il ricorso alle cure equivalenti continua ad essere privilegiato al Nord** (rappresenta il 39,8% delle confezioni vendute) rispetto al Centro (29%) e al Sud (23,7%), a fronte di una media Italia del 32%. **L'incidenza maggiore di consumo è nella provincia autonoma di Trento (44,7%), in Friuli Venezia Giulia (41,9%), in Piemonte (40%).** In coda per consumi di equivalenti sono Sicilia (22,7%), Campania (21,9%), Calabria (21,7%).

Come ha spiegato l'avvocato **Erica Vacchiano**, Segretario regionale di Cittadinanzattiva Friuli-Venezia Giulia, affiancata dall'avvocato Andrea Plazzotta, **quasi un cittadino su tre nutre ancora dubbi sul fatto che i farmaci equivalenti abbiano la stessa efficacia di quelli cosiddetti "di marca" e uno su cinque dichiara che il medico indica sul ricettario solo quest'ultima tipologia. Il 47% dei cittadini sarebbe predisposto ad acquistare l'equivalente, mentre resiste un 19% che prediligerebbe comunque il brand.** "Certamente è fondamentale svolgere una campagna di informazione e comunicazione istituzionale rivolta ai cittadini e agli operatori sanitari per superare le resistenze di tipo culturale ma anche eventuali ostacoli pratici nella domanda e offerta di detti farmaci" ha spiegato Vacchiano.

Cittadinanzattiva ha completato i dati presentando l'**indagine SWG** che ha evidenziato come sta crescendo la fiducia degli italiani nei confronti dei farmaci equivalenti anche se servono altre spinte.

L'indagine aggiorna una precedente rilevazione del 2021 analizzando gli atteggiamenti generali verso la salute, il livello di informazione, la fiducia nei players, il rapporto con i farmaci, la conoscenza del farmaco generico/equivalente e i criteri d'acquisto. In merito all'utilizzo dei farmaci equivalenti, **il 72% del campione è ben informato anche su questa tipologia di farmaci**, dichiarando di averne sentito parlare dal farmacista (58%) o dal medico (41%): l'83% del campione sa che l'equivalente contiene lo stesso principio attivo del brand, il 69% che contiene la stessa quantità di farmaco, ma per quasi un quarto della popolazione generici ed equivalenti non sono la stessa cosa. E quasi il **30% degli intervistati continua ad avere dubbi sul fatto che abbiano la stessa efficacia.** Al momento dell'acquisto quasi due italiani su tre (64%) si affidano alle indicazioni del medico, soprattutto tra gli over 64 e i residenti nel Nord-Est, ma c'è una certa fiducia anche nelle indicazioni del farmacista (23%), soprattutto tra i giovani. Focus anche sulle **abitudini prescrittive dei medici**: il 20% del campione dice che il medico in ricetta indica solo il farmaco di marca; il 36% che indica il principio attivo e il farmaco di marca; solo il 31% riferisce che il medico indica solo il principio attivo lasciando al paziente la scelta tra equivalente e brand. Il 47% del campione si dice comunque orientato ad acquistare un farmaco equivalente, il 34% il farmaco consigliato dal medico o dal farmacista e il 19% il farmaco di marca.

Le azioni per una migliore comunicazione, informazione, formazione e prescrizione del farmaco

Secondo Cittadinanzattiva Friuli-Venezia Giulia, **sul piano della comunicazione e informazione** occorre, quindi: avviare indagini qualitative sulle preferenze degli utenti rispetto al consumo dei farmaci, analizzando i fattori associati ad eventuali pregiudizi sul farmaco equivalente, al fine di pianificare interventi specifici e personalizzati anche con il supporto delle organizzazioni civiche e delle associazioni di pazienti; - realizzare una campagna di informazione istituzionale rivolta ai cittadini e agli operatori sanitari (medici, farmacisti, infermieri), che punti sui diritti e sulla responsabilità di ognuno; portare la formazione nelle scuole, creando un'integrazione tra sistema educativo e sistema sanitario; promuovere e favorire le attività ed il contributo che le associazioni di pazienti e le organizzazioni civiche possono dare attraverso momenti di informazione di prossimità alla cittadinanza.

Sotto il profilo della formazione del personale: - sviluppare piani formativi dedicati al tema dei farmaci equivalenti all'interno dei corsi di laurea in Farmacia, Medicina e chirurgia e infermieristica; - potenziare i corsi di formazione ECM sul valore dei farmaci equivalenti e gestione ottimale di questa risorsa come valore clinico ed economico per il cittadino e il SSN.

Dal punto di vista della gestione tecnica della prescrizione: - estendere l'utilizzo della ricetta elettronica ad ogni medico convenzionato con il SSN ed operante nei vari setting assistenziali pubblici e privati convenzionati; - rendere sistematico il monitoraggio sulle prescrizioni da parte dei

professionisti sanitari e sull'appropriatezza nell'uso delle clausole di non sostituibilità, avviando un confronto a livello di Regioni sull'eventuale uso eccessivo o inappropriato della "non sostituibilità" - promuovere un Tavolo tecnico a livello regionale con il coinvolgimento di medici, farmacisti, infermieri, Distretti sanitari, rappresentanti delle società scientifiche e delle organizzazioni civiche e di pazienti al fine di avviare azioni sinergiche per migliorare l'accesso ai farmaci equivalenti sul territorio a partire dai dati di monitoraggio/comportamento cittadini.

Ufficio stampa Motore Sanità

comunicazione@motoresanita.it

Liliana Carbone - 3472642114

www.motoresanita.it