

È partita una campagna di informazione sull'automedicazione responsabile voluta da Anifa. Di pari passo un'indagine Gfk Eurisko conferma il rapporto privilegiato tra farmacista e cittadini

DI GIUSEPPE TANDOI



L'unica ricetta è l'attenzione» è lo slogan della campagna informativa promossa dall'Anifa, che si sta svolgendo attraverso le pagine dei maggiori quotidiani e la trasmissione di uno spot pubblicitario da parte dei canali nazionali. Parte integrante della campagna - sostenuta dal ministero del Welfare e pa-

trocinata dalla Presidenza del consiglio dei ministri - è un'indagine sui consumatori realizzata da Gfk Eurisko. In realtà è stata portata a termine soltanto la prima parte della ricerca (le altre due fasi saranno successive alla conclusione della campagna), prendendo a campione 1.000 persone di età compresa tra i 25 e i 64 anni. Il ricorso al

farmaco di automedicazione è in realtà amplissimo e questa non è una novità. I dati forniti dalla ricerca lo confermano: il 67 per cento del campione ha assunto uno di questi medicinali nel corso dell'ultimo anno, la metà del campione nel corso degli ultimi tre mesi. Sono più numerose le donne a utilizzarli, il 74 per cento delle intervistate,

Curarsi con prudenza

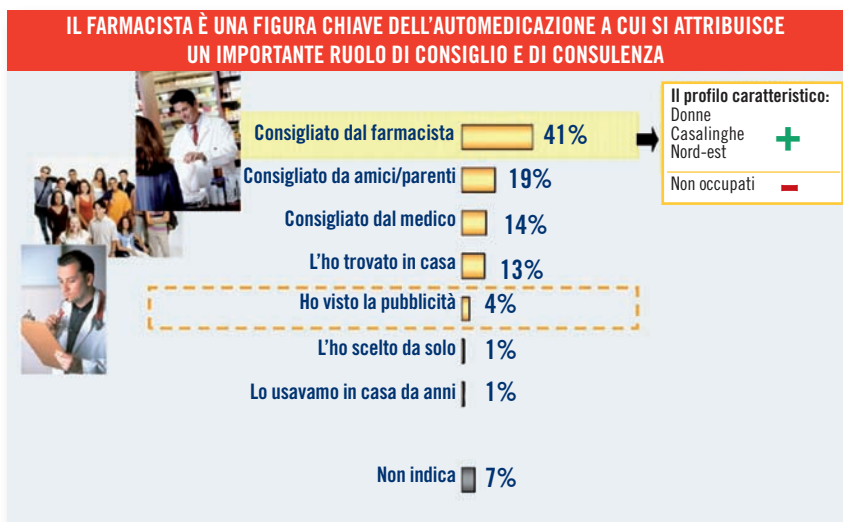


FIGURA 1

mentre gli uomini si fermano al 61. Allo stesso modo l'accesso a Otc e Sop pare contrassegnato da una certa consapevolezza; il 90 per cento di chi li usa sa che si tratta di medicinali e l'88 per cento li associa alla presenza di malesseri e piccoli disturbi.

IN CHIAROSCURO

Fulcro di tutta la campagna è il ruolo del simbolino riportato su tutte le confezioni di farmaci di automedicazione: il bollino rosso con la scritta «Senza obbligo di ricetta». E qui gli esiti della ricerca non sono propriamente confortanti, dal momento che solo il 16 per cento degli intervistati ricorda l'esistenza del bollino. Inoltre, di quel 16 per cento solo un quinto ne conosce il significato, lo considera cioè il simbolo di un prodotto che si può acquistare sen-

za ricetta medica; le altre risposte non sono fuori luogo - nel senso che collegano comunque il bollino a un'idea di sicurezza del farmaco - ma non centrano l'obiettivo. Può sembrare secondaria la questione ma non lo è. Lo ha ribadito Michele Carruba, farmacologo dell'Università di Milano, che ha posto l'accento sull'importanza di campagne informative come quella in corso: con l'imperversare sul mercato degli integratori bisogna rimarcare che un farmaco senza obbligo di ricetta va assunto con la massima prudenza e responsabilità. Sollecitato poi sul tema del rapporto tra cittadini e farmacia Carruba si è augurato che «non vadano in porto disegni di legge che modifichino l'assetto del sistema farmacia. È un sistema all'avanguardia, funziona bene in termini sia di qualità sia di ca-

Daniotti confermato presidente

L'assemblea dell'Associazione nazionale dell'industria farmaceutica dell'automedicazione (Anifa), riunitasi a Roma, ha confermato Sergio Daniotti alla carica di presidente. Presentando a Milano la campagna di stampa "Automedicazione: l'unica ricetta è l'attenzione", il direttore di Anifa Enrico Alievi ha ribadito che l'associazione è contraria a qualsiasi novità legislativa che scinda il binomio farmacista-farmaco. Quanto al mercato dell'automedicazione, assistiamo a una fase di stallo: nel 2008 i dati parlano di un - 0,3 per cento a volumi e di un + 0,7 a valori. Tra le cause una certa ritrosia da parte di molte aziende farmaceutiche a operare lo *switch* di alcuni loro prodotti, facendoli "scivolare" nella fascia dei "Senza obbligo di prescrizione". Si tratta di un problema di redditività, certo, ma anche di investimenti, visto che il farmaco Otc necessita di una notevole spinta pubblicitaria. «Questa campagna informativa», sottolinea Alievi, «invita a un uso responsabile dei farmaci ma intende anche ribadire che un corretto approccio all'automedicazione rappresenta una possibilità di risparmio sia per i cittadini sia per il Servizio sanitario». Un'occasione, aggiungiamo noi, per fare opera di educazione sanitaria in un Paese nel quale alcuni deficit regionali sono dovuti anche a un ricorso scriteriato alle prescrizioni di medicinali.

pillarietà. Le attuali modalità di distribuzione sono le più adatte alla conformazione del nostro Paese, non dobbiamo in alcun modo avvicinarci al modello americano. Senza contare che gli effetti collaterali dovuti al cattivo uso o all'a-

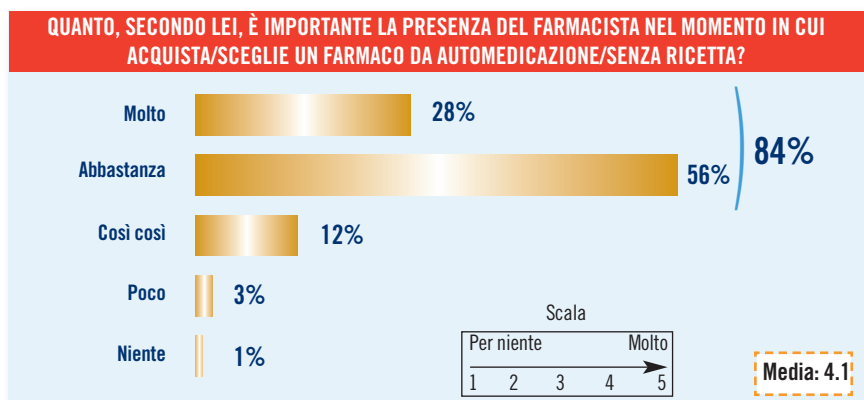


FIGURA 2

buso di farmaci sono molto più rilevanti negli Stati Uniti che da noi, e non certo perché in Italia non ci siano adeguate strutture di farmacovigilanza».

Arriviamo ora al punto, cioè al fatto che il 41 per cento degli intervistati considera

il farmacista figura chiave dell'automedicazione; il suo consiglio è prioritario nell'acquisto di Otc e Sop, mentre quello di conoscenti o dello stesso medico viene ritenuto meno influente (vedi figura 1 a pagina 13).

Entrando nel dettaglio, l'84 per cento di coloro che privilegiano il farmacista come consulente reputa la sua presenza, al momento dell'acquisto, abbastanza o molto importante (vedi figura 2).

Positivo anche il dato sul foglietto illustrativo, che a quanto pare non è più "arabo" per chi legge.

«Una volta li si chiamava bugiardini», ha ricordato Carruba, «e in più erano scritti in un italiano incomprensibile. Da qualche anno a questa parte le note informative sulle caratteristiche del farmaco sono diventate più accessibili, per fortuna». Dalla ricerca Gfk Eurisko risulta che in effetti l'80 per cento dei cittadini ha una certa dimestichezza con il foglietto illustrativo; quasi la metà degli intervistati lo legge regolarmente, il 34 per cento solo a volte. Una presa di coscienza importante, una cautela in più da parte del cittadino.