

**NUOVA SEZIONE
ASTE E FALLIMENTI**

FONDATA NEL 1979 - Ogni giorno, da martedì a sabato, l'informazione "fedele" dalla parte dei cittadini

QUOTIDIANO DI SICILIA

Giornale Regionale di Economia Finanza Politica Istituzioni e Impresa

**NUOVA SEZIONE
ASTE E FALLIMENTI**

sabato 15/7/2006

Direttore Carlo Alberto Tregua

HOME PAGE

CHI SIAMO

ABBONAMENTI

LIBRERIA

ARRETRATI

PUBBLICITÀ

BROCHURE

GERENZA



▶ **SONDAGGI**
▶ **DENUNCE**
▶ **TROVA LAVORO**
▶ **FORUM**
▶ **ARCHIVIO**
▶ **UTILITY**

**IL NOSTRO
COMITATO
SCIENTIFICO**

▶ **LINK**

[Istituzioni](#)
[Giornali on line](#)
[News on line](#)

[Assicurazioni](#)
[Aste on line](#)
[Borsa & Finanza](#)
[Istruzione](#)
[Libri on line](#)
[Meteo](#)
[Musei](#)
[Musica on line](#)
[Org. Umanitarie](#)
[Servizi](#)
[Statistiche](#)



[www.miorienta.it](#)

**8 LIBRI
AD UN PREZZO
SPECIALE**

adnkronos news

17-07 10:19 TAXI: BITTARELLI (URI), NON ACCETTEREMO MEDIAZIONI NON CONDIVI

Sanità

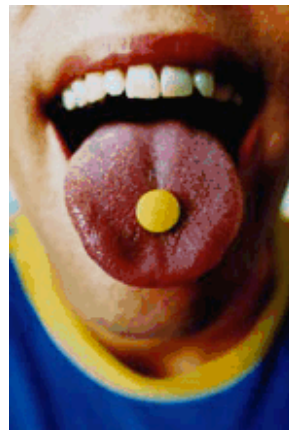
Così le industrie farmaceutiche ci vogliono malati... immaginari

Le strategie di marketing dei produttori per incrementare le vendite dei medicinali - Un lieve problema di salute diventa una patologia grave, e la spesa sanitaria cresce

di Agostino Laudani

Sei timido? Non dormire troppo: potrebbe essere, infatti, un chiaro sintomo di "fobia sociale". Incontri delle difficoltà sessuali? Potrebbe trattarsi di vere e proprie disfunzioni. Sei distratto sul lavoro? Pensaci bene: e se fossi affetto da "disturbo da deficit di attenzione"?

Sono bastate, forse, queste poche frasi per alimentare qualche dubbio? Bene. È proprio quello che accade ogni giorno a milioni di persone nel mondo: lievi problemi di salute vengono dipinti come patologie gravi, con la complicità di gigantesche campagne pubblicitarie frutto di attente operazioni di marketing elaborate dalle grosse industrie farmaceutiche, prime tra tutte quelle americane, che vantano un fatturato annuo di oltre 500 miliardi di dollari. Se da un lato, infatti, i giganti mondiali della farmaceutica salvano vite e riducono le sofferenze, dall'altro non si accontentano più di vendere medicine solo ai malati. Si possono fare montagne di soldi, infatti, convincendo la gente sana che è malata.



Così, il semplice rischio di una malattia diventa la vera e propria malattia. E, di conseguenza, donne sane di mezza età soffrono di un male latente alle ossa, chiamato osteoporosi, e uomini di mezza età in piena forma hanno un disturbo cronico che si chiama colesterolo alto. E il gioco funziona. Perché, in fondo, stiamo parlando di salute.

Un sogno alla Merck

Henry Gadsen, direttore generale della casa farmaceutica Merck, trent'anni fa confessò in un'intervista a Fortune il suo più grande cruccio, e cioè che il potenziale mercato della sua società fosse limitato alla gente malata. Avrebbe voluto infatti vendere medicinali come gomme da masticare. Produrre farmaci, cioè, per la gente sana, vendendo così a tutti. Sono bastati tre decenni perché il sogno si avverasse.

Le strategie di marketing delle case farmaceutiche mondiali, oggi, prendono infatti di mira, in maniera massiccia, le persone in perfetta salute. Non c'è persona normale che non possa figurare come paziente. E le vendite aumentano.

A sostenere questa tesi, tra gli altri, sono due giornalisti scientifici, Ray Moynihan e Alan Cassels, che hanno scritto il libro Farmaci che ammalano, e case farmaceutiche che ci trasformano in pazienti (Nuovi Mondi Media editore), tradotto in Italia da Simona Minnicucci, da cui derivano gran parte delle informazioni che vi stiamo presentando.

Negli Stati Uniti, spiegano i due autori, la spesa farmaceutica è salita del 100 per cento, e continua a crescere. Il prezzo dei farmaci aumenta sempre più. Ma soprattutto aumentano le prescrizioni dei medici. Specialmente quelle di medicinali per il cuore e antidepressivi: guarda caso, le categorie maggiormente pubblicizzate.

Un esperto newyorkese di pubblicità, Vince Parry, in un articolo dal titolo "L'arte di fabbricare una malattia" ha rivelato che le società farmaceutiche stimolano la creazione delle patologie mediche. A volte accendendo i riflettori su malattie poco note, o anche inventando un nuovo nome e una nuova definizione per vecchi disturbi.

Promuovere esclusivamente le pillole sarebbe riduttivo. La vera propaganda, quindi, la si fa direttamente "sponsorizzando" disturbi e malattie. Come? Mettendo in campo eserciti di informatori, influenzando la ricerca scientifica, sponsorizzando importanti convegni medici, persino "pilotando" le commissioni statali che aggiornano le definizioni delle malattie. Sono sempre più numerosi i casi di medici che redigono le direttive il cui nome compare sui libri pagina dei produttori di farmaci.

Colesterolo, che fortuna

Il primo dei timori? Il colesterolo alto. Una paura diffusa, che ha fruttato guadagni per 25 miliardi di dollari all'anno ad industrie come la Bayer, l'AstraZeneca, e la Pfizer. Con una spesa pubblica che è cresciuta al punto da diventare una seria minaccia, in taluni stati dell'Est europeo, per il sistema sanitario nazionale.

Eppure, il colesterolo in sé non è un nemico mortale. Piuttosto è indispensabile per vivere! Nel caso di persone sane, l'unica cosa scientificamente accertata è che l'elevato livello di colesterolo nel sangue è solo uno dei tanti fattori che possono incidere sul rischio di disturbi

CERCA



La prima
pagina
dell'ultimo
numero

PDF

**BANDI E
AVVISI**



NEWS IN PILLOLE



- [Palermo: Francesco Messineo alla guida della Procura](#)
- [Palazzo Jung futura sede del consiglio provinciale di Palermo](#)
- [Le opinioni sulla scarcerazione di Gueli](#)
- [Regione promuove l'agricoltura pulita](#)
- [Spezzare il rapporto tra mafia-politica](#)
- [Antonio Catricalà: «Ridurre il "back office"»](#)
- [Via libera al recupero di Villa del Casale](#)

Cerca & Trova Lavoro

Inserisci il tuo curriculum e rendilo disponibile alle aziende che cercano personale e...

Inserisci

municipia.it
News da Internet per la PA
Iscriviti online!

GAZZETTA DI SICILIA

50 EURO



guarda lo spot



abbonati online



cardiaci. Tra i pochi fattori, però, su cui si possa agire direttamente attraverso dei farmaci: le statine. Per le quali esistono investimenti promozionali colossali, paragonabili a quelli di certe marche di birra. Le statine sono un rimedio valido per chi ha già avuto problemi cardiaci. Per tutti gli altri, ovvero la maggioranza delle persone sane, le strategie per mantenersi in salute sono molto più semplici: una buona dieta, più movimento, niente fumo.

Questione di definizioni

Nell'ultimo decennio le vendite di statine sono salite alle stelle. Negli anni '90, secondo i National Institutes of Health (Istituti nazionali per la salute), sono 13 milioni gli americani che hanno bisogno di cure a base di statine. Persone classificate come "affette da colesterolo alto". Una classificazione che viene periodicamente rivista. Nel 2001, infatti, il numero sale a 36 milioni, secondo il parere di una commissione di esperti che riformula le direttive. Nel 2004 un altro aggiornamento: si arriva a 40 milioni. Quadruplicato il numero di pazienti oggetto di una possibile terapia farmacologica.

Otto dei nove esperti che hanno redatto le direttive nell'interesse pubblico della nazione lavorano anche come relatori, consulenti o ricercatori per le maggiori case farmaceutiche al mondo: Pfizer, Merck, Bristol-Myers Squibb, Novartis, Bayer, Abbott, AstraZeneca e GlaxoSmithKline. Una maglia di legami finanziari per un conflitto di interessi sconcertante. Ma lo scopo è raggiunto: il colesterolo preoccupa "un sacco" di pazienti.

Un potere sotterraneo

L'intreccio tra redattori di direttive e l'industria – spiegano Moynihan e Cassels – sono solo un aspetto della vasta rete di interrelazioni tra medici e case farmaceutiche. Si "gonfiano" le direttive sulle malattie per ampliare il bacino dei pazienti-clienti, e si condiziona anche la ricerca scientifica.

Sempre negli Stati Uniti, si stima che un buon 60 per cento della ricerca e dello sviluppo biomedico riceva finanziamenti da fonti private. In prevalenza, si tratta di case farmaceutiche. La percentuale sfiora il cento per cento nel settore degli antidepressivi: quasi tutti i test clinici di questi farmaci vengono finanziati dagli stessi produttori.

E anche la Bibbia degli psichiatri, il Manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali, un librone di mille pagine che classifica i disturbi della mente, è risultato essere un testo poco trasparente: più della metà dei membri del gruppo di esperti che ha redatto le definizioni, infatti, ha legami finanziari con aziende del settore farmaceutico.

Non vi basta? C'è una notizia ancora più sconvolgente: persino le attività di diverse associazioni per la difesa dei pazienti e dei malati vengono "sostenute" dall'industria farmaceutica. Uno scenario inquietante.

Depresso? Va' dal medico

La depressione è una diffusa patologia psichiatrica dovuta con ogni probabilità ad uno squilibrio chimico nel cervello. Si può curare al meglio con una moderna categoria di farmaci chiamati Selective serotonin reuptake inhibitors, o Ssri (inibitori selettivi della ricaptazione della serotonina). Vi sembrerà più semplice chiamarli Prozac, Paxil o Zoloft. E se a consigliarvi questi farmaci è il vostro medico, perché non fidarsi?

Dietro ai consigli dei medici, è noto, c'è un esercito di professionisti: gli informatori medico-scientifici. Le industrie infatti intervengono anche sul modo in cui i medici prescrivono i farmaci. Rappresentanti (28 mila in Italia) e rivenditori sono sempre pronti al sorriso e ad elargire preziosi ed amichevoli consigli sui farmaci più recenti, oltre che i migliori aggiornamenti sulle malattie. Chiunque metta piede in uno studio medico ne sa qualcosa. Un lavoro dagli abbondanti frutti: è grazie a questi professionisti, infatti, che in alcuni Paesi le prescrizioni di antidepressivi si sono triplicate nel corso degli anni '90. Con un fatturato complessivo, per i produttori, di oltre 20 miliardi di dollari.

E la depressione? Gli specialisti di malattie mentali dicono che la teoria della mancanza di serotonina è solo una delle tante teorie scientifiche, per di più semplicistica e anche sorpassata. Ma tenuta viva dall'apparato promozionale fatto di tante strette di mano e campioncini gratuiti negli ambulatori medici.

Una salutare informazione

Le industrie fanno solo il loro mestiere: vendere il più possibile al prezzo più alto possibile. E lo fanno investendo il 30 per cento del loro fatturato in un'aggressiva politica di marketing. Soltanto in Italia, fatturano 20 miliardi di euro.

E il Servizio sanitario nazionale? Ha l'obiettivo opposto: comperare medicine al prezzo più basso possibile, e soltanto per pazienti che ne hanno veramente bisogno. Compreso il danno? Non è solo per il paziente reso indebitamente "malato", ma per l'intero sistema gestito dallo Stato, costretto a reggere una spesa pubblica superiore a quella effettivamente necessaria.

Non è facile stabilire dove stiano i confini tra salute e malattia, specie quando enormi forze promozionali sono all'opera per cercare di confonderli. A volte le malattie sono reali, dolorose e mortali, e la cura è auspicabile. In molti altri casi, i problemi sono talmente lievi e passeggeri che non fare niente potrebbe rivelarsi la migliore scelta.

La soluzione? Ci vorrebbe più informazione indipendente. I medici accolgono a braccia aperte gli informatori, le riviste mediche dipendono troppo dalla pubblicità delle industrie farmaceutiche. Trovare materiale di qualità non è facile. Ma perlomeno, uno sforzo merita di essere fatto. Prima di correre in farmacia.

© 2001 Ediservice S.r.l. - P.I. 01153210875 - Tutti i diritti riservati | [Credits](#)

