



L'ultima rilevazione del Centro Studi Mercurio

Griffati, cresce gradimento medici ma più generici in ricetta

L'effetto della spending review sul medico sembra aver ottenuto un risultato opposto a quello atteso. Aumenta, infatti, **tra i camici bianchi il gradimento nei confronti del farmaco di marca nonostante crescano le prescrizioni del farmaco generico in applicazione delle nuove norme.** L'ultima rilevazione del Centro Studi Mercurio – realizzata via telefono e via mail nella settimana dal 12 al 19 novembre su un campione di 878 medici - conferma al rialzo la tendenza rilevata nel sondaggio dello scorso luglio, e cioè che **il 58,5% dei medici ritiene che il farmaco di marca sia più efficace del generico: appena quattro mesi fa era del 44%. Ad affermare, invece, che fra i due prodotti non ci sono differenze è il 23,3%, un valore in netto calo rispetto al 42% fatto registrare a luglio.** C'è comunque desiderio di saperne di più sugli equivalenti: il 33% dei medici che hanno risposto al sondaggio vorrebbe l'introduzione di un orange book sul generico sulla scia di quello d'oltreoceano. Altro effetto della spending review è il contrasto tra medico e farmacista con un buon numero di ricette che vengono rifiutate da questi ultimi perché non in linea con le nuove modalità prescrittive: se il 56,5% dei medici non ha avuto alcun tipo d'incomprensioni, c'è una discreta fetta di professionisti che 'in pochi casi' (il 23,3%) si è visto rispedire al mittente la ricetta. Un altro 10,3% è, invece, incappato 'spesso' in un incidente del genere. Ciò rispecchia le difficoltà che hanno avuto i camici bianchi nell'applicare la nuova norma: il 33% sta avendo ancora incertezze, il 34,7% non ha riscontrato alcun problema, contro il 22,8% che, al contrario, le ha avute solo all'inizio. **Come prevedibile si riducono in modo significativo le visite degli informatori di aziende che producono farmaci griffati: per il 16,5% di interpellati sono diminuite, effetto degli ultimi tagli in questo ambito. Opposto invece il trend se la domanda si riferisce ai produttori di equivalenti: il 33% fa registrare un sensibile aumento di visite di informatori di aziende di equivalenti, per il 49,2% le visite degli Isf sono rimaste praticamente stabili. E' evidente che l'introduzione del provvedimento ha 'risvegliato' un settore rimasto finora nelle retrovie.** La strada, dunque, della diffusione del farmaco equivalente, sembra ancora lunga da percorrere e in salita nonostante si noti una piccola apertura sulle possibilità che offre il generico ma da un altro fronte, quello del destinatario finale: dalle risposte ottenute alla domanda sulla scarsa efficacia del farmaco rilevata dai medici ascoltando, però, i commenti dei propri pazienti, l'11,9% dei professionisti ha dichiarato che nessuno degli ammalati che ha in cura si è lamentato; a questi va aggiunto un 53,3% per il quale solo in alcuni e limitati casi i pazienti hanno ammesso di aver notato una scarsa efficacia del prodotto. Per il 26,4% dei medici, invece, la maggioranza dei propri assistiti ha lamentato l'inefficacia dell'equivalente rispetto al farmaco di marca. L'esigua

ma crescente popolarità del generico tra il pubblico ha una sua spiegazione anche nel costo del prodotto: secondo il 55,9% dei medici i pazienti danno una notevole rilevanza alla spesa, con il 10,3% per i quali è invece di primaria importanza poter risparmiare sul prezzo finale. Coloro che tuttavia hanno reagito male all'introduzione del generico sono i pazienti più anziani: secondo il 60% dei camici bianchi sono tuttora disorientati e confusi con un risicato 9% che ne ha però apprezzato il minor costo.

Raffaella Ammirati