

Comunicato stampa

Osservatorio Anifa 2008: un'Agenda condivisa per valorizzare l'automedicazione.

35 milioni di italiani utilizzano farmaci di automedicazione ogni anno. E ne sono soddisfatti. Lo rileva una ricerca GFK-Eurisko.

Roma, 9 luglio 2008 – “Un'Agenda condivisa per la valorizzazione dell'automedicazione, che metta al centro le richieste dei cittadini”, questa la proposta lanciata da **Anifa** (Associazione nazionale dell'industria farmaceutica dell'automedicazione, che fa parte di Federchimica) oggi a Roma, in occasione della presentazione del **Rapporto 2008 sull'automedicazione**. Obiettivo, concretizzare le potenzialità del farmaco OTC, il cui valore, se condiviso e sostenuto, è in grado di dare un contributo rilevante allo sviluppo del Paese.

L'automedicazione è sempre più un'esperienza diffusa fra gli italiani: circa il 75% dei cittadini, il che significa in valori assoluti **35 milioni, ha utilizzato un farmaco OTC (di automedicazione) nell'ultimo anno**. Addirittura la metà della popolazione italiana ha utilizzato farmaci OTC nello scorso mese di marzo (48%): si tratta soprattutto di giovani/adulti di 18-44 anni, perlopiù laureati, dirigenti, impiegati, studenti universitari. Lo rivela uno **studio realizzato da GFK Eurisko** condotto su un campione di 1000 casi rappresentativo della popolazione italiana adulta che intende fare il punto sullo stato e sulle prospettive dell'autocura in Italia.

L'automedicazione si configura come una pratica ad elevato **valore di sicurezza**. Chi sceglie un farmaco per la prima volta nel 60% dei casi lo fa su suggerimento di professionisti, in particolare il 40% su indicazione del medico, nel 20% su consiglio di amici o parenti, nel 18% su suggerimento del farmacista e solo nel 12% dei casi su stimoli di origine pubblicitaria. L'esperienza d'uso risulta aver generato presso il pubblico un'elevata **percezione di valore per il farmaco di automedicazione**. Valutato nella gran parte dei casi come un rimedio decisamente utile, il farmaco OTC fonda la sua valorizzazione anzitutto sul riconoscimento di **“rimedio in grado di eliminare i disturbi e restituire benessere”**.

Claudio Bosio, vicepresidente di GFK-Eurisko, ha osservato: “A partire da questo riconoscimento circa la capacità di operare un passaggio dal disturbo al benessere, il farmaco di automedicazione assume per il pubblico un'immagine positiva: anzitutto, per gli aspetti di servizio (comodità, facilità d'uso, adeguatezza delle informazioni contenute nel foglietto illustrativo, sulla confezione e in pubblicità) ma anche, per gli aspetti di efficacia e di sicurezza (di cui anche la casa farmaceutica è garanzia)”.

Il ricorso all'automedicazione tende a configurarsi come una pratica appropriata ed oculata, dato che il ricorso non assomiglia certo ad un'attività "anarchica" e "fuori controllo": pur facendo ricorso a farmaci senza obbligo di ricetta.

Come tutte le esperienze diffuse anche l'automedicazione richiede una strategia di comunicazione moderna ed allargata, all'altezza del ruolo che ricopre nella società italiana. I canali di informazione che emergono, peraltro, prospettano uno scenario di comunicazione fortemente orientato in senso multimediale: **la centralità dei professionisti (medici e farmacisti) quali figure cardine per la consulenza risulta ancora una volta ribadita**, ma anche i media più consolidati (TV, stampa e radio) e Internet giocano un proprio ruolo. **Più del 70% del pubblico italiano è interessato ad accrescere il proprio bagaglio informativo**, con finalità chiaramente orientata a incrementare la propria competenza nella gestione dell'automedicazione.

"Le basi per valorizzare il comparto dell'automedicazione ci sono e tutti gli attori sono chiamati a giocare il proprio ruolo", ha dichiarato **Sergio Daniotti, presidente di ANIFA**. "Come aziende vogliamo dare una risposta alle richieste del cittadino e contribuire al passaggio da una logica di "prodotto" a quella di "servizio". Le sfide per il nostro comparto devono passare attraverso un'Agenda condivisa con i seguenti punti all'ordine del giorno: comunicazione e informazione, offerta e cooperazione fra le Categorie. La comunicazione e l'informazione rappresentano elementi fondamentali attraverso cui il cittadino impara a riconoscere il farmaco e a capire a cosa serve, ed è per questo che chiediamo la definizione di regole che maggiormente rispondano a questa funzione. E in questo senso anche il marchio rappresenta, come dimostra la ricerca Eurisko, un elemento organizzatore della conoscenza e dell'esperienza del farmaco OTC. Il secondo punto all'ordine del giorno deve essere lo sviluppo e l'ampliamento dell'offerta di farmaci di automedicazione per rendere disponibili al cittadino più farmaci maggiormente rispondenti alle loro esigenze, in linea con gli altri paesi europei. Ma lo sviluppo di questo nuovo approccio al farmaco di automedicazione è possibile solo con il contributo di tutti gli attori e le Categorie. In conclusione, quello che chiediamo al Governo è di poter disporre di quegli strumenti per migliorare le regole del gioco, per costruire un "servizio" per il cittadino, per ammodernare il SSN e contribuire anche alla crescita del Sistema-Paese; perché non si può dimenticare che rappresentiamo anche un importante comparto industriale".

Per ulteriori informazioni:

ANIFA - Renato Garlaschini - Tel. 02.34565.252, e-mail r.garlaschini@federchimica.it

ANIFA - Sara Langhetti - Tel. 02.34565.381, e-mail s.langhetti@federchimica.it

Sito internet: <http://anifa.federchimica.it>