

ABSTRACT INDAGINE

Farmacisti, donne e farmaci equivalenti

(Ottobre 2012)

Nel mese di ottobre 2012 l'Osservatorio Nazionale sulla salute della Donna (O.N.Da) ha svolto un'indagine per **comprendere attraverso le farmacie territoriali, il vissuto delle donne rispetto ai farmaci equivalenti.**

Per il raggiungimento degli obiettivi di ricerca, è stata scelta una metodologia quantitativa con interviste telefoniche, condotte su un campione di **300 farmacisti** distribuiti nel territorio nazionale.

I risultati di questa ricerca mostrano come, secondo il farmacista, **il percorso di avvicinamento delle donne italiane al farmaco equivalente sia un "percorso ad ostacoli".**

Dalla ricerca si nota come il 70% dei farmacisti ritenga che **le donne non siano abbastanza informate sul farmaco equivalente** e il 64% di loro pensa che sia proprio questa la principale barriera verso la sua accettazione: la conoscenza limitata del farmaco equivalente porta a non averne piena fiducia. **Le donne hanno paura che esso non sia efficace o che non lo sia quanto il farmaco branded**, infatti il 96% dei farmacisti riferisce che le domande che vengono loro poste riguardano essenzialmente questo tema, che costituisce anche la principale causa del rifiuto.

Il 92% dei farmacisti attribuisce alle figure sanitarie un ruolo determinante nell'informazione e nella diffusione del farmaco equivalente. Il medico di medicina generale è nella posizione di maggiore influenza, sia nel favorire l'apertura verso il generico, sia nel generare chiusura a riguardo.

I risultati evidenziano come le aree terapeutiche di maggiore apertura al farmaco equivalente siano in particolare gli antinfiammatori/antidolorifici, l'area gastro-intestinale, gli antinfettivi, gli antibiotici e gli antimicotici, mentre **le aree che generano più chiusura, come quella delle malattie cardiache, sono connesse a patologie più gravi e a condizioni della paziente più complesse.** Inoltre, sembrano essere le pazienti più anziane e con un livello culturale più basso a temere maggiormente il farmaco equivalente.

Attraverso questa ricerca O.N.Da ha rilevato che **meno di 1 donna su 4 richiede spontaneamente il farmaco equivalente al farmacista e di fronte alla proposta del farmacista, solo 2 donne su 5 scelgono di passare al farmaco equivalente.** Oltre la metà delle donne prima di scegliere il generico, pone domande al farmacista, mentre solo 1 su 3 lo fa prima di scegliere il farmaco branded.

Dalla ricerca emerge come **le donne necessitano in primo luogo di conoscere di più il farmaco equivalente** affinché possano scegliere in modo consapevole se avvicinarsi o meno, oltre che **di sentirsi rassicurate su questi farmaci** mediante una comunicazione incentrata sull'efficacia che favorisca la percezione di sicurezza della cura sia dal punto di vista razionale sia da quello emotivo.

Quindi, è indispensabile **attuare un'informazione presso le donne che passi attraverso tutti i canali comunicativi d'influenza** ovvero il farmacista, le Istituzioni e le campagne istituzionali, i medici di medicina generale e i media.